

LAPORAN KULIAH KERJA LAPANGAN
TEKNIK PENULISAN FEATURE DI MEDIA *ONLINE*
HIPWEE.COM



Oleh:

Artyastiani Partitiningrum

130905037

Dosen Pembimbing:

Lukas Deni Setiawan, M.A

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

TEKNIK PENULISAN FEATURE DI MEDIA *ONLINE* HIPWEE.COM

Laporan Kuliah Kerja Lapangan (KKL)

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Atma Jaya

Yogyakarta untuk Memenuhi Persyaratan Kelulusan

Oleh:

Nama : Artyastiani Partitiningrum

NPM : 130905037

Disetujui,



Lukas Deni Setiawan, M.A

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN KULIH KERJA LAPANGAN

Dengan judul:

Teknik Penulisan Feature di Media *Online* Hipwee.com

Disusun Oleh:

Artyastiani Partitiningrum

130905037

Telah diuji pada:

Hari/Tanggal : Rabu 26 Juli 2017

Waktu : 13.30 WIB

Tempat : Ruang Dosen FISIP

Disahkan Oleh:

Penguji I



Lukas Deni Setiawan, M.A

Penguji II



Th. Diyah Wulandari, S. Fil., MM



HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini Saya,

Nama : Artyastiani Partitiningrum

NPM : 130905037

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa laporan hasil Kuliah Kerja Lapangan (KKL) yang berjudul “Teknik Penulisan Feature Di Media Online Hipwcc.com” adalah hasil tulisan sendiri dan bukan jiplakan dari karya orang lain.

Apabila dilain waktu terbukti ada penyimpangan dalam penyusunan laporan ini, maka tanggung jawab ada ditangan penulis.

Yogyakarta, Juli 2017



Artyastiani Partitiningrum

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, rahmat, kasih dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) yang berjudul “Teknik Penulisan Feature Di Media *Online* Hipwee.com”. Laporan KKL ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, maka laporan KKL ini tidak dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberi perlindungan, berkat dan rahmat kepada penulis mulai dari tahap penyusunan proposal hingga terselesaikannya laporan KKL.
2. Bapak Lukas Deni Setiawan, M.A selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan, pengarahan, masukan dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan KKL ini dengan baik.
3. Jajaran direksi Hipwee yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan KKL.

4. Kedua orang tua tersayang terima kasih atas doa, nasihat, dukungan, dan kasih sayang yang diberikan dengan tak henti-hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan hingga selesai.
5. Vyatra yang berperan besar membantu terselesainya laporan ini.
6. Untuk semua teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan motivasi penulis untuk menyelesaikan laporan dengan cepat.
7. VIXX yang membantu memberikan semangat dan motivasi bagi saya.

Akhir kata penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan laporan ini masih banyak kekurangannya baik dalam hal metode penulisan maupun dalam hal pembahasan. Penulis juga menyadari bahwa penulisan ini adalah hasil yang maksimal dengan keterbatasan kemampuan yang ada pada penulis sehingga menyebabkan kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam menyelesaikan laporan ini.

Yogyakarta, Desember 2017

Artyastiani Partitiningrum

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan KKI.....	5
D. Manfaat KKL.....	5
E. Kerangka Teori	
1. Feature.....	5
2. Media <i>Online</i>	13
3. Kode Etik Jurnalistik dan Pedoman Media <i>Siber</i>	20
 BAB II DESKRIPSI OBJEK KULIAH KERJA LAPANGAN (KKL)	
A. Sejarah Hipwee.....	24
B. Visi Misi.....	26
C. Struktur Organisasi.....	26

D. Profil Hipwee.....	28
E. Logo Hipwee.....	28
F. Rubrikasi Hipwee.....	29

BAB III HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KULIAH KERJA LAPANGAN

A. Deskripsi Hasil Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan (KKL).....	30
B. Deskripsi Kegiatan Mahasiswa.....	47
C. Analisis Hasil Pelaksanaan KKL	
1. <i>Feature</i>	55
2. <i>Media Online</i>	62
3. Kode Etik Jurnalistik.....	69

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA.....	74
----------------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Logo Hipwee.....	28
2. Gambar 3.1 Feature Traveler Petunjuk Praktis.....	31
3. Gambar 3.2. Feature di Hipwee.....	33
4. Gambar 3.3. Feature di Malesbanget.com.....	34
5. Gambar 3.4. Feature di National Geographic.....	35
6. Gambar 3.5. Video dalam featurc Hipwee.....	37
7. Gambar 3.6. Contoh judul di Hipwee.....	39
8. Gambar 3.7. Contoh penggunaan kata ena-ena.....	40
9. Gambar 3.8. Contoh salah satu feature tips Hipwee.....	42
10. Gambar 3.9. Salah satu artikel di Alodokter yang memiliki tema sama dengan Hipwee.....	43
11. Gambar 3.10. Isi feature Hipwee yang sama dengan Alodokter.com.....	44
12. Gambar 3. 11. Isi artikel Alodokter sama dengan Hipwee.....	45
13. Gambar 3.12. Feature Hipwee yang subjektif.....	46
14. Gambar 3. 13. Salah satu contoh sub poin dalam tubuh cerita.....	56
15. Gambar 3.14. Contoh feature petunjuk praktis di Hipwee.....	58
16. Gambar 3.15. Salah satu contoh judul di Hipwee.....	61
17. Gambar 3. 16. Contoh hyperlink yang ditampilkan Hipwee.....	64
18. Gambar 3.17. Kanal di laman Hipwee.com.....	66
19. Gambar 3.18. Salah satu contoh gambar utama di Hipwee.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Perjanjian KKL dari Hipwee

Lampiran 2: Sertifikat KKL dari Hipwee

Lampiran 3: Nilai KKL

Lampiran 4: Kegiatan selama KKL

Lampiran 5: Feature terbit



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media *online* hadir dengan berita dan informasi yang tak kalah bermanfaat dengan media cetak. Namun, tak hanya bentuk fisiknya yang berbeda, media *online* juga menyuguhkan informasi dengan cara yang berbeda. Perbedaan ini dapat dilihat dari tampilannya serta teknik penulisannya. Media *online* cenderung menggunakan bahasa yang lebih santai, misalnya menambahkan kata “Wow”. Roger Fidler mengatakan bahwa bahasa yang digunakan dalam email dan berita *online* adalah bentuk baru dan merupakan bahasa ketiga setelah bahasa lisan dan bahasa tulis yang dikenal dengan bahasa 'digital' (Fidler, 1997, dalam Deuze, 1999).

Namun, teknik penulisan untuk setiap media *online* pun berbeda-beda. Setiap media memiliki karakter yang berbeda-beda disesuaikan dengan segmentasinya. Salah satu segmentasi media *online* yaitu kalangan anak muda dengan menampilkan tulisan-tulisan menarik seperti *feature*. Salah satu media *online* yang kerap menampilkan *feature* adalah Hipwee.com. Penulis memutuskan untuk melakukan Kuliah Kerja Lapangan di Hipwee karena teknik penulisan *feature* di Hipwee berbeda dengan *feature* di media *online* lain apalagi media cetak.

Hipwee berdiri pada tahun 2014 dan merupakan media *online* pertama di Yogyakarta yang menggunakan *user generated content*. Hipwee memberikan

kesempatan kepada pengguna untuk mengirimkan naskah *feature* atau artikel mereka yang kemudian dipilah oleh moderator untuk ditayangkan. Meski Hipwee membuka kesempatan pengguna untuk menulis *feature*, tapi hipwee sendiri juga memiliki penulisnya sendiri. Sebagai lembaga pers, Hipwee memiliki struktur organisasi berupa pemimpin redaksi yakni Nendra Primonik. Setelah pimpinan redaksi, Hipwee juga memiliki editor yang bertanggung jawab pada masing-masing rubrik yang ada.

Hipwee lebih menekankan pada isu-isu yang sedang ramai diperbincangkan di media sosial, misalnya film Ada Apa dengan Cinta 2 yang kemudian dapat menjadi bahan ulasan. Selain itu, Hipwee merupakan media *online* yang menekankan pada jumlah *share* bukan hanya *viewers*. Jadi melihat keberhasilan suatu tulisan dari jumlah *share* pada tulisan tersebut.

Hipwee akan membagikan tulisan di websitenya melalui media sosial, seperti facebook, dengan begitu pengguna media sosial lainnya dapat juga membagikan tulisan tersebut. Berdasarkan data dari fanpagekarma.com, presentase interaktifitas media sosial Hipwee mencapai 0,35%, hal ini jauh lebih tinggi dari Brilio, IDNtimes.com dan Malesbanget.com. Padahal jumlah orang yang “menyukai” media sosial Hipwee lebih sedikit. Tingginya interaktifitas ini menunjukkan bahwa pengikut media sosial Hipwee selalu aktif, baik dalam memberi komentar, menyukai, dan terutama membagikan tulisan. Sedangkan rata-rata perkembangan mingguan media sosialnya mencapai 4%, yang lagi-lagi lebih tinggi dari yang lain.

Feature yang ada di Hipwee memang kebanyakan adalah jenis *feature how to do*. *Feature* di Hipwee banyak membahas tentang bagaimana atau langkah-langkah melakukan sesuatu. Namun, ada juga *feature travelog* yang digabung dengan *feature how to do*, misalnya pada tulisan berjudul “Mau Jadi Pasangan *Hits* dan *Kekinian*? Cobain Dong Kencan di 7 Tempat di Bandung Ini!”. *Feature* tersebut tidak hanya membahas perjalanan di tempat wisata tersebut tapi juga memberikan tips untuk pergi kemana saja agar menjadi pasangan *hits*.

Segmentasi Hipwee sendiri adalah anak muda usia 18 hingga 24 tahun dan kebanyakan pembacanya perempuan. Hal ini kemudian menentukan tema apa saja yang dibahas dan cara penulisan di Hipwee. Hipwee cenderung menggunakan kata-kata yang nonformal atau tidak baku. Penulisan *feature* di Hipwee berbeda jika penulis bandingkan dengan Detik.com. Contohnya, penulis memilih *feature travelog* dari Detik.com yang berjudul “Ide Long Weekend: Trekking Sambil Melihat Komodo di Pulau Rinca”, cara penulisannya menggunakan jurnalistik sastrawi. Bahasa yang digunakan juga masih cenderung baku dan tidak terlalu berbeda dengan media cetak. Hanya saja, *feature* tersebut lebih pendek dari *feature* di media cetak.

Kemudian penulis membandingkan dengan *feature travelog* di Hipwee berjudul “Mau Jadi Pasangan *Hits* dan *Kekinian*? Cobain Dong Kencan di 7 Tempat di Bandung Ini!”. Pada *feature* ini banyak terdapat bahasa tidak baku, seperti penggunaan kata “*nggak*”, “*buat*”, dan lain-lain. Misalnya pada kalimat “*Asyik banget loh kencan di sini sama pacarmu.*”, kalimat tersebut menggunakan bahasa tidak baku. Jika dilihat dari judulnya, *feature* di Hipwee ditulis lebih

panjang dari pada Detik. Bahasa yang digunakan Hipwee juga lebih santai seperti bahasa yang biasa digunakan anak muda. Jurnalisme sastra pada *feature* Hipwee ternyata digantikan dengan kata-kata yang lebih santai dan tidak berbelit-belit.

Penekanan pada *share* di Hipwee ternyata terlihat dari pembuatan judul. Panjangnya judul di Hipwee tersebut ketika dibagikan di media sosial seperti Facebook misalnya, ternyata dapat menimbulkan rasa penasaran. Misalnya judul “Hidup Tanpa Mobil, Banyak Cuti, dan Hal-Hal Lain yang Menjadikan Orang Denmark Manusia Paling Bahagia di Dunia” jika dibagikan di Facebook menjadi “Hidup Tanpa Mobil, Banyak Cuti, dan Hal-Hal Lain yang Menjadikan Orang....”. Judul yang tidak terselesaikan ketika dibagikan di media sosial ini dapat menarik keingintahuan pembaca. Pada penulisan judul ini terlihat bahwa diperlukan cara-cara penulisan sendiri agar judul tersebut dapat semakin menarik rasa penasaran pembaca.

Penulisan *feature* yang berbeda di Hipwee ini tentu memiliki teknik tersendiri. Baik dari pemilihan tema tulisan, pemilihan diksi hingga penyusunan kalimatnya yang dibuat semenarik mungkin. Maka penulis ingin mengetahui bagaimana teknik penulisan *feature* di Hipwee sehingga dapat menggugah minat pembaca dilihat dari pemilihan diksi dan penyusunan kalimat. Melalui kegiatan Kuliah Kerja Lapangan ini, penulis juga berharap dapat belajar bagaimana pemilihan tema yang akan dibuat *feature* melalui isu yang menjadi *trending*. Penulis juga ingin mengetahui bagaimana isu tersebut diturunkan menjadi sebuah naskah *feature* yang membuat presentase interkatifitas atau pengikut media

sosialnya menjadi pengguna aktif. Serta penulisan judul yang dapat menarik pembaca ketika tulisan tersebut dibagikan di media sosial.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana teknik penulisan *feature* di media online Hipwee?

C. Tujuan KKL

Untuk mempelajari dan memahami teknik penulisan *feature* di media online Hipwee.

D. Manfaat KKL

1. Mendapatkan gambaran umum mengenai praktik di dunia kerja.
2. Menambah wawasan dalam teknik penulisan *feature* di media online.
3. Menghubungkan antara teori dan praktik di dunia kerja dalam hal teknik penulisan *feature* di Hipwee.

E. Kerangka Teori

1. *Feature*

Feature adalah artikel kreatif, terkadang subyektif, yang dimaksudkan untuk membuat senang dan memberi informasi kepada pembaca tentang suatu kejadian. (Putra, 2006: 82). *Feature* merupakan tulisan khas yang sifatnya bisa menghibur, mendidik, memberi informasi dan sebagainya mengenai aspek kehidupan dengan gaya yang bervariasi. Pada penulisan *feature*, penulis harus mempunyai kepekaan untuk memilih objek dan membawakannya secara memikat. Pesan yang disampaikan dalam *feature* sendiri tidak terlihat, dimana sasaran tidak merasa dipaksa, tiba-tiba menerima pesan tersebut. (Zain, 1992: 19).

Sebagai sebuah cerita, *feature* memiliki anatomi atau susunan rangka cerita yang tidak rumit. Secara garis besar, susunan intro terbagi menjadi tiga bagian saja, yaitu pembukaan, penceritaan, penutup. Bagian pembukaan disebut intro, bagian penceritaan dinamakan tubuh cerita, dan bagian penutup disebut juga klimaks. (Sumadiria, 2005: 190).

Menurut Wolseley dan Campbell (Sumadiria, 2005: 162-164), *feature* memiliki beberapa jenis, diantaranya:

a. *Feature* Minat Insani (*Human Interest Feature*)

Feature ini dimaksudkan untuk mengaduk-aduk perasaan, suasana hati, dan bahkan menguras air mata khalayak. Dalam *feature* ini, setiap tokoh diangkat karena memiliki sesuatu yang tak banyak dimiliki orang lain, seperti kesabaran, kearifan, dan keluhuran budi.

b. *Feature* Sejarah

Feature sejarah berusaha melakukan rekonstruksi peristiwa tidak saja dari fakta benda-benda tapi juga mencakup aspek aspek manusiawinya yang selalu mengundang daya simpati dan empati khalayak.

c. *Feature* biografi

Feature biografi atau tentang riwayat perjalanan hidup seseorang, terutama kalangan tokoh seperti pemimpin pemerintah dan masyarakat, *public figure*, atau mereka yang selalu mengabdikan hidupnya untuk negara, bangsa, atau sesuatu yang bermanfaat bagi peradaban umat manusia.

d. *Feature* perjalanan (*Travelogue Feature*)

Feature jenis ini mengajak pembaca untuk mengenali lebih dekat tentang suatu kegiatan atau tempat-tempat yang dinilai memiliki daya Tarik tertentu.

e. *Feature* Petunjuk Praktis (*How to do Feature*)

Feature ini menuntun atau mengajarkan tentang bagaimana melakukan atau mengerjakan sesuatu.

f. *Feature* Ilmiah

Feature ilmiah adalah *feature* yang mengungkapkan sesuatu yang berkaitan dengan dunia ilmu pengetahuan.

Sumadiria (2005: 153-156) memberikan karakteristik *feature* yang membuatnya berbeda dari berita:

- a. Ditulis dengan teknik mengisahkan suatu situasi, peristiwa, atau keadaan secara factual
- b. Berisi tentang suatu situasi, keadaan, atau aspek kehidupan yang sifatnya faktual, objektif, benar, dan akurat.
- c. Hasil karya liputan jurnalistik, melalui proses proyeksi, observasi, investigasi, komunikasi dan konfirmasi dengan pihak nara sumber.
- d. Bertujuan untuk memberitahu atau menyampaikan informasi tetapi sekaligus menghibur pembaca.
- e. Rangkaian fakta atau informasi disajikan secara tidak resmi atau informal.
- f. Tidak terikat pada aktualitas.

- g. Cerita feature dicitrakan sebagai cerminan karya kreatif individual reporter.
- h. Tidak mencantumkan baris tanggal pada awal cerita.
- i. Ditulis dengan menggunakan gaya jurnalistik sastra, merujuk pada gaya penulisan fiksi cerita pendek yang memikat.

Maka untuk menarik pembaca, tulisan dalam feature tidak boleh monoton tetapi bervariasi, ditulis dengan bahasa yang baik dan benar, penuturan harus lancar. Kalimat tidak panjang, penuh isi, suasana yang digambarkan harus hidup. Menulis feature memerlukan kreativitas, penulis harus mencari sesuatu yang khas, kadang bisa merupakan peristiwa biasa tapi jarang terungkap. Feature kadang ditulis subyektif, emosi dan pikiran si penulis sering muncul meski diutarakan secara halus. Selain itu, nilai informatif yang disajikan oleh feature berbeda dengan hard news yang betul-betul menyajikan informasi. Informasi dari sebuah aspek dalam feature jauh lebih mendalam dari pada informasi umum yang disajikan berita biasa. (Zain, 1992: 19-21).

Terdapat empat unsur perhatian manusia yang menjadi patokan dalam menulis *feature*. Pertama, *human interest*, sesuatu yang menyentuh perasaan manusia selalu menarik perhatian pembaca. Kedua, drama, merupakan salah satu unsur penunjang dalam *feature* bahkan bisa menjadi topik utama. Ketiga, *oddity*, yaitu keanehan, keganjilan atau hal yang luar biasa. Keempat, efek terhadap pembaca, dimana biasanya pembaca tertarik

kepada tulisan yang diminati dan berguna bagi dirinya. (Zain, 1992: 31-36).

Cara mendapatkan bahan untuk menulis *feature* hakikatnya sama saja dengan bagaimana mendapat bahan untuk menulis berita. Penulis *feature* harus lebih dulu menetapkan objek apa yang akan ditulis, dimana cara memperoleh informasi tersebut, cara mendalami objek, mendapat gambar yang menarik dan relevan, dan dapat mendalami objek dengan referensi yang relevan. Kemudian, judul dan kalimat pertama dalam *feature* harus diperhatikan, karena fungsinya menarik dan memancing rasa ingin tahu pembaca. Ada enam cara untuk membuat judul, yaitu mengambil bulat-bulat nama tokoh utama, menggabungkan tokoh utama dengan predikat, menggunakan alias atau julukan, intisari cerita, dan persamaan dan keindahan bunyi. Selain judul, kalimat pertama merupakan kesan pertama yang menyenangkan pada pembaca. Namun, usahakan apa yang dideskripsikan tetaplah suatu yang faktual dan tidak imajinasi. (Putra, 2006: 84-95).

Menulis *feature* tentu memerlukan tekniknya sendiri yang berbeda dengan berita langsung. Mulai dari judul *feature* harus dibuat lentur, fleksibel, lincah, menarik. Judul *feature* mensyaratkan kreativitas, improvisasi, dan kepekaan cita rasa sastra yang tinggi dari penulisnya. Selain itu, syarat judul *feature* kurang lebih sama seperti berita langsung, yaitu provokatif, singkat dan padat, relevan, fungsional, representative,

spesifik, dan merujuk kepada etika dan bahasa baku. (Sumadiria, 2005: 195).

Pada *feature* juga terdapat intro atau teras berita yang berfungsi sebagai etalase, yaitu sesuatu yang dapat menarik pembaca untuk melanjutkan membaca. Intro dalam *feature* menurut Sumadiria (2005: 198-216) sendiri terdapat beberapa jenis:

- 1) Intro Ringkasan, dimana semua informasi terpenting mencakup unsur 5W1H dinyatakan dalam paragraph pertama. Kesimpulan diungkapkan dahulu baru paragraf-paragraf selanjutnya adalah penjelasan.
- 2) Intro Bercerita, dimana penulis mengajak pembaca untuk tampil sebagai aktor cerita, mengembangkan imajinasi dan fantasinya. Pembaca membayangkan dan mengidentifikasi dirinya seolah-olah menjadi tokoh utama dalam kisah tersebut.
- 3) Intro Deskriptif, intro ini hanya menggambarkan kisah peristiwa, tidak mengajak pembaca masuk ke dalamnya sehingga pembaca tidak bisa ikut merasakan.
- 4) Intro Kutipan, pada intro ini penulis mengutip perkataan langsung nara sumber pada paragraf pertama *feature*. Kutipan tersebut haruslah memiliki nilai berita atau nilai informasi yang tinggi yang menarik.
- 5) Intro Pertanyaan, pada *feature* intro pertanyaan justru diperbolehkan bahkan kadang dianjurkan, tujuannya untuk memancing atau menggelitik khalayak.

- 6) Intro Menuding Langsung, dapat dilakukan dengan memberikan pertanyaan yang ditujukan langsung ke pembaca. Intro ini memang sejak awal mengajak atau melibatkan pembaca dalam kisah yang ditulis.
- 7) Intro Penggoda, tujuannya adalah untuk menghibur dimana penulis mengajak pembaca untuk bercanda. Intro ini tentu tidak cocok untuk cerita yang bersifat serius, beraroma duka atau sakral.
- 8) Intro Unik, pesan dapat disampaikan melalui berbagai cara selama masih informative, efektif, dan etis. Pesan dapat bergaya puitis, berirama sajak, bernuansa pantun, menyatakan moto hidup, aneka suara bunyi dan berbagai macam hal lainnya dapat ditampilkan dalam intro unik.
- 9) Intro Gabungan, yaitu apabila dua atau tiga intro digabung menjadi satu.
- 10) Intro Kontras, mengangkat sekaligus menonjolkan suatu fakta atau tindakan berlawanan dari apa yang seharusnya dilakukan oleh pelaku peristiwa sesuai dengan fungsinya.
- 11) Intro Dialog, syarat intro ini adalah dialog menyampaikan sesuatu yang menarik atau penting dan ditampilkan dengan kalimat yang singkat, lugas, jelas.
- 12) Intro Menjerit, intro ini menampilkan suara jeritan atau teriakan secara tiba-tiba dan tak terduga.

- 13) Intro Statistik, menekankan atau menunjukkan suatu peristiwa dengan deretan angka atau data spesifik dalam bahasa populer sehingga mudah dipahami maksudnya.

Tidak hanya intro saja yang memiliki berbagai macam jenis, penutup dalam *feature* pun juga terdiri dari 5 jenis yang dapat dipilih penulis. Berikut lima jenis penutup *feature* menurut Sumadiria (2005: 217-222):

- 1) Penutup ringkasan, hanya mengikuti ujung-ujung bagian cerita yang lepas-lepas dan menunjuk kembali ke intro. Penutup ini dimaksudkan untuk membimbing pembaca untuk mengingat kembali pokok-pokok cerita yang diuraikan.
- 2) Penutup penyekat, penutup ini bisa membuat pembaca seolah-olah terlonjak. Penulis hanya menggunakan tubuh cerita untuk menyiapkan pembaca pada kesimpulan yang tidak terduga-duga.
- 3) Penutup klimaks, biasanya pada cerita yang ditulis secara kronologis. Penulis akan berhenti bercerita jika penyelesaian ceritanya sudah jelas dan tidak menambah bagian setelah klimaks.
- 4) Penutup menggantung, dimana penulis sengaja mengakhiri cerita dengan menekankan pada sebuah pertanyaan pokok yang tidak terjawab. Selesai membaca, pembaca tetap tidak mengetahui dengan jelas apakah tokoh menang atau kalah.
- 5) Penutup ajakan bertindak, penulis memetakan tentang tingkat kerumitan persoalan dan memetakan kembali jalan-jalan yang sudah dilalui.

Setelah itu penulis melontarkan saran, imbauan, seruan atau ajakan kepada pembaca.

2. Media Online

Media *online* merupakan tipe baru jurnalisme karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik dari jurnalisme tradisional. Fitur-fitur uniknya mengemuka dalam teknologinya, menawarkan kemungkinan-kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita (Santana K, 2005:137). Perbedaan media *online* dengan media tradisional menurut Deuze (1999: 377-379).

a. Interaktivitas

Ketika melihat pada berita *online*, unsur interaktif sangatlah penting. Hal ini berarti berita *online* memberikan kesempatan kepada pembaca untuk ikut ambil bagian dalam pemberitaan, seperti mengirim komentar atau *email* kepada pekerja media, atau bisa juga melalui *web chat*.

Interaktivitas merupakan keunikan dalam internet terutama dalam isinya, seperti adanya mekanisme *feedback* melalui e-mail, obrolan online atau wawancara langsung (Folkerts, 2004:53). Interaktivitas dalam media online menurut Pavlik (2004: 16) didefinisikan sebagai percakapan yang terjadi antara manusia dan program komputer, termasuk e-mail, obrolan online, dan grup diskusi, dimana percakapan terjadi secara terus menerus.

Interaktivitas merupakan ke unikan dalam medium internet terutama dalam hal isinya, seperti adanya mekanisme *feedback* melalui e-mail (*electronic mail*), obrolan online (*online chatrooms*) atau wawancara langsung. Informasinya mudah ditelusur (*searchable*), ter-update (diperbarui) setiap saat, dan dapat dihubungkan (link) ke situs lain (Folkerts, 2004: 53).

Interaktivitas dalam media digital menurut Pavlik (2004:16) dapat didefinisikan sebagai sebuah dialog yang terjadi antara manusia dan program computer (termasuk e-mail, *chart online*, dan grup diskusi), dimana dialog tersebut terjadi secara simultan. Audiens dapat mengontrol sendiri isi media yang ingin mereka lihat dan tujuan mereka melihatnya. Misalnya dengan mengklik *hyperlink* dan memilih sendiri berita yang ingin ditampilkan, maka hal tersebut dapat dikatakan interaktif.

Terdapat enam dimensi interaktifitas yaitu internet memberikan informasi bukan hanya persuasi untuk melakukan sesuatu, pengguna internet dapat melakukan kontrol terhadap media tersebut, aktifitas di media *online* banyak dilakukan oleh pengguna aktif, terjadi komunikasi dua arah baik dari *audiens* dan wartawan, waktu yang digunakan dalam komunikasi lebih fleksibel atau bebas sehingga dapat dilakukan kapanpun, dan komunikasi berlangsung pada suatu tempat yang diciptakan oleh konsumen. (Rogers, 1998).

b. Personalisasi, atau lebih tepatnya individualisasi;

Pada berita *online* pembaca dapat memilih sendiri berita apa saja yang ingin ditampilkan, misalnya hanya berita ekonomi atau politik. Personalisasi merupakan sebuah konsep dimana media memberikan pilihan pengayaan informasi bagi khalayak yang membutuhkannya. Khalayak dapat bebas memilih informasi yang ingin mereka dapatkan. Jika mereka tidak membutuhkannya, mereka pun tidak perlu repot-repot mengkonsumsinya. Maka dalam produk jurnalisme *online* harus ditautkan *hyperlink* untuk info-info tambahan yang berhubungan dengan suatu berita. Jika merasa perlu tahu, khalayak hanya perlu mengklik *hyperlink* tersebut. Jika merasa kurang penting, khalayak tidak perlu membuka *hyperlink* tersebut, dan informasi pun tidak akan tersaji. (Deuze, 1999: 378).

c. Konvergensi.

Konvergensi adalah meleburnya bentuk media tradisional – gambar bergerak, teks, suara – dalam satu kesatuan yang dipublikasikan secara *online*. Menurut Kelompok Missouri (Brooks, Kennedy, Moen, & Ranly, 2004) dalam buku Lawson-Borders (2008: 3), konvergensi dari perspektif jurnalisme adalah "praktek berbagi dan mempromosikan silang konten dari berbagai media, beberapa interaktif, melalui ruang berita kolaborasi dan kemitraan".

Ada Tujuh pengamatan konvergensi yang dapat digunakan oleh organisasi media dalam upaya mereka untuk mengoperasionalkan

konvergensi seluruh unit bisnis. Tujuh pengamatan konvergensi itu menurut Lawson-Borders (2008: 15) adalah:

1. Komunikasi

Pengumpulan dan distribusi konten dilakukan oleh para pekerja media dengan cara berkomunikasi. Jika suatu organisasi ingin untuk berhasil menggabungkan konvergensi, maka perencanaan dan pelaksanaan proses harus berpusat pada komunikasi seluruh organisasi.

2. Komitmen

Komitmen adalah penggabungan organisasi konvergensi sebagai bagian dari misi dan filosofi. Ini adalah cara organisasi melakukan bisnis.

3. Kerjasama

Kerjasama merupakan kebutuhan bagi semua pekerja media untuk beroperasi sehari-hari. Para pekerja media harus terbuka untuk berbagi ide dan tips dan pengambilan keputusan tentang bagaimana konvergensi terbaik dioperasikan. Dalam operasi konvergensi, cetak dan siaran wartawan diminta untuk bertukar peran pada kesempatan tertentu.

4. Kompensasi

Kompensasi merupakan keprihatinan bagi wartawan, terutama di cetak, karena tuntutan organisasi untuk keterampilan lebih dan peningkatan pengetahuan. Dalam lingkungan digital dengan pengiriman multimedia konten, wartawan dan pekerja lain mungkin spesialisasi dalam satu media, tetapi memiliki pemahaman tentang lingkungan multimedia di online.

5. Budaya

Perubahan budaya dalam sebuah organisasi tak terelakkan dan terus berkontribusi pada penerimaan dan kemajuan konvergensi dalam suatu organisasi. Pencampuran dinamika budaya adalah kunci keberhasilan konvergensi. Namun, orang harus belajar untuk menggabungkan kebiasaan kerja dan teknik yang telah berbeda dan kompetitif agar konvergensi berhasil.

6. Persaingan

Aktivitas *online* memiliki persaingan nasional dan internasional di pasar lokal. Perusahaan media yang berlatih konvergensi melalui anak usaha yang berbeda harus menangani kompetisi lokal baik di dalam dan di luar inti pasar.

7. Pelanggan

Pelanggan seperti penonton, pembaca, pemirsa, merupakan pusat dari konvergensi. Pelanggan memiliki kontrol lebih terhadap media dalam mengakses konten.

Menulis untuk media *online* memiliki cara-cara tersendiri yang berbeda dengan media cetak atau media lain. Menurut wartawan BBC Rob Liddle (bbc, 2016), pembaca harus direbut perhatiannya agar segera masuk dan membaca tulisan.

a. Rebut perhatian

Pembaca media *online* dikenal sangat 'tidak setia'. Mereka akan memindai halaman web untuk mengetahui perkembangan berita dan jika tidak menemukan sesuatu yang menarik, mereka dengan cepat akan pindah ke situs lain. Maka, paragraf pertama menjadi sangat vital untuk membuat mereka tidak pindah ke situs berita lain.

b. Judul yang bagus

Pembaca akan memindai halaman depan dan judul yang bagus idealnya mencerminkan isi berita, agar mereka tidak akan kecewa ketika mengklik dan membaca berita.

c. Tidak terlalu panjang

Berita sebisa mungkin pendek karena sulit membaca yang panjang di layar telepon genggam, berbeda dengan media cetak. Tak perlu menambahkan banyak latar belakang di tulisan karena latar

belakang ada di berita-berita lain yang bertautan. Selain itu, berita juga dapat dibagi menjadi beberapa berita yang berkesinambungan.

d. Lebih hidup dan lebih berwarna

Media elektronik, seperti televisi dan radio, dengan mudah membuat berita menjadi lebih hidup karena wartawan media elektronik menggunakan video dan audio.

e. Menulis ulang berita

Isi tulisan harus jelas, pertimbangkan untuk menulis ulang karena dengan menulis ulang kemungkinan akan mendapatkan hasil yang lebih baik.

f. Penampilan berita

Berita yang ditulis mungkin sangat menarik, tapi di layar komputer atau telepon genggam, berita Anda akan tampak sebagai susunan beberapa paragraf saja. Maka dari itu gunakan foto yang kuat, grafis berupa data, dan kutipan.

g. Memanfaatkan multimedia

Mungkin galeri foto, video, atau audio jauh lebih baik dibandingkan teks. Bisa saja berita tentang satu kisah nyata atau refleksi lebih menyentuh misalnya bila digabung dengan audio.

Mindy McAdams (2012) menjelaskan multimedia sebagai kombinasi dari berbagai media, sehingga dalam tulisan di media online terdapat lebih dari dua media, misalnya video, foto, dan suara. Hal ini menghasilkan suatu cara baru dalam menyampaikan informasi. Dimana

orang dapat melihat video meski dari website radio, tapi mendengarkan audio meski dari website koran. Hal paling penting yang perlu ditekankan justru adalah keahlian dari reporter itu sendiri, berarti sekarang reporter harus serba bisa, memotret, menulis, merekam.

3. Kode Etik Jurnalistik dan Pedoman Media Siber

Jurnalis Indonesia harus mengikuti kaidah dan aturan yang telah ditetapkan oleh Dewan Pers, salah satunya adalah kode etik jurnalistik. Berikut merupakan beberapa kode etik jurnalistik yang dikeluarkan Dewan Pers:

1. Pasal 1

Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk. Pada pasal ini, wartawan harus memberitakan peristiwa tanpa paksaan, dimana berita yang ditulisnya harus benar sesuai kenyataan dan tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain.

2. Pasal 3

Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asa praduga tak bersalah.

Pada pasal ini ditekankan bahwa wartawan harus melakukan *ceck and recheck* tentang kebenaran informasi dan informasi yang diberikan tidak boleh menghakimi seseorang.

3. Pasal 4

Wartawan Indonesia tidak memuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul. Pasal ini mengharuskan wartawan untuk tidak memberikan kebohongan, tuduhan, apalagi berita yang digambarkan secara erotis.

4. Pasal 8

Wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani (Dewan pers, 2006).

Namun, khusus untuk media online, dewan pers juga mengeluarkan pedoman pemberitaannya. Berikut beberapa pasal yang terdapat dalam Pedoman Pemberitaan Media Siber:

1. Isi Buatan Pengguna (*User Generated Content*)

- a. Media *siber* wajib mencantumkan syarat dan ketentuan mengenai Isi Buatan Pengguna yang tidak bertentangan dengan Undang-Undang No. 40 tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik, yang ditempatkan secara terang dan jelas.

- b. Media *siber* mewajibkan setiap pengguna untuk melakukan registrasi keanggotaan dan melakukan proses *log-in* terlebih dahulu untuk dapat mempublikasikan semua bentuk Isi Buatan Pengguna. Ketentuan mengenai *log-in* akan diatur lebih lanjut.
- c. Dalam *registrasi* tersebut, media siber mewajibkan pengguna memberi persetujuan tertulis bahwa isi buatan pengguna yang dipublikasikan:
- 1) Tidak memuat isi bohong, fitnah, sadis dan cabul
 - 2) Tidak memuat isi yang mengandung prasangka dan kebencian terkait dengan suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA), serta menganjurkan tindakan kekerasan
 - 3) Tidak memuat isi diskriminatif atas dasar perbedaan jenis kelamin dan bahasa, serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa, atau cacat jasmani.
 - 4) Media siber memiliki kewenangan mutlak untuk mengedit atau menghapus Isi Buatan Pengguna yang bertentangan dengan butir (c).
 - 5) Media siber wajib menyediakan mekanisme pengaduan Isi Buatan Pengguna yang dinilai melanggar ketentuan pada butir (c). Mekanisme tersebut harus disediakan di tempat yang dengan mudah dapat diakses pengguna.
 - 6) Media siber wajib menyunting, menghapus, dan melakukan tindakan koreksi setiap Isi Buatan Pengguna yang dilaporkan dan melanggar

ketentuan butir (c), sesegera mungkin secara proporsional selambat-lambatnya 2 x 24 jam setelah pengaduan diterima.

- 7) Media siber yang telah memenuhi ketentuan pada butir (a), (b), (c), dan (f) tidak dibebani tanggung jawab atas masalah yang ditimbulkan akibat pemuatan isi yang melanggar ketentuan pada butir (c).
- 8) Media siber bertanggung jawab atas Isi Buatan Pengguna yang dilaporkan bila tidak mengambil tindakan koreksi setelah batas waktu sebagaimana tersebut pada butir (f).

d. Iklan

- 1) Media *siber* wajib membedakan dengan tegas antara produk berita dan iklan.
- 2) Setiap berita/artikel/isi yang merupakan iklan dan atau isi berbayar wajib mencantumkan keterangan '*advertorial*', '*iklan*', '*ads*', '*sponsored*', atau kata lain yang menjelaskan bahwa berita/artikel/isi tersebut adalah iklan.

e. Hak Cipta

Media *siber* wajib menghormati hak cipta sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku (Dewan pers, 2012).

BAB II

DESKRIPSI OBJEK

KULIAH KERJA LAPANGAN

Pada bab ini, penulis mendeskripsikan objek kuliah kerja lapangan yaitu media online Hipwee. Penulis akan mendeskripsikan mengenai sejarah, visi misi, dan struktur organisasi Hipwee.com. Data ini diperoleh setelah melakukan wawancara terhadap Monika selaku pimpinan redaksi Hipwee.com.

A. Sejarah Hipwee

Hipwee.com pertama kali dicetuskan oleh Lauri Lahi, seorang pengusaha asal Estonia yang juga merupakan pendiri PT Indosight. Awalnya, ia tertarik untuk membuat sebuah perusahaan baru di Indonesia dalam bidang media. Kemudian, Lauri bersama rekannya mulai membuka lowongan kerja di Universitas Gadjah Mada. Setelah berhasil mengumpulkan tenaga kerja, barulah diputuskan untuk membuat Hipwee.com pada 11 April 2014.

Hipwee.com semakin berkembang ketika Migme, sebuah perusahaan berbasis media sosial asal Australia membeli Hipwee.com. Migme memasukkan konten Hipwee.com ke salah satu kanal media sosialnya.

Hipwee.com memang dirancang untuk menarik minat anak muda. Awalnya Hipwee.com mulai dikenal dengan artikel-artikel tentang motivasi, sehingga saat itu Hipwee hanya menulis *feature* motivasi atau hubungan. Seiring bertambahnya jumlah pembaca dan berkembangnya tren di masyarakat, Hipwee mulai

menampilkan berita-berita terkini yang menarik perhatian masyarakat. Namun, Hipwee mengelola berita tersebut menjadi lebih ringan untuk dibaca dengan menampilkan lebih banyak gambar dan cara penulisannya yang berbeda dengan berita langsung pada umumnya, yakni dengan menggunakan bahasa lisan. Hipwee juga lebih terfokus untuk mengikuti berita-berita yang terjadi dikalangan selebriti dari pada isu politik.

Tidak hanya pada berita saja, perkembangan Hipwee juga terjadi pada featurenya. Hipwee menambahkan beberapa kategori *feature* sehingga bukan hanya motivasi. Pada penulisan *feature* ini juga dirombak dengan menggunakan lebih banyak subpoin dan gambar yang menarik. Hal ini membuat Hipwee dipandang tidak lagi sebagai situs yang hanya berisi artikel motivasi. *Feature* yang ditulis juga bersifat lebih informative dengan berisi cara melakukan sesuatu, atau referensi tempat jika dibandingkan dengan sebelumnya yang hanya berupa artikel yang memotivasi.

Saat ini sudah ada 9 kategori di Hipwee.com, yaitu Hiburan, Travel, Cowok, Motivasi, Tips, Style, Hubungan, Sukses dan Wedding. Dulu editor hanya akan memberikan link kepada penulis, kemudian penulis tersebut akan menerjemahkannya ke Bahasa Indonesia. Namun, hal tersebut ternyata mendapat kritik dan membuat Hipwee.com sempat disebut hanya menerjemahkan situs lain, maka sekarang penulis hanya diperbolehkan mencari ide dari situs lain tapi tidak boleh ditiru.

B. Visi Misi

Berdasarkan wawancara dengan Armando Radityawan, selaku *office manager* Hipwee, diperoleh informasi mengenai visi misi Hipwee. Ternyata tidak seperti perusahaan lain, visi misi Hipwee hanya ada secara tersirat.

Visi

Membuat *save heaven* bagi pembaca, sehingga siapa pun dapat bebas berekspresi, bebas membaca, tanpa mengotak-otakan. Hipwee juga memiliki visi untuk membuka pikiran pembaca.

Misi

1. Membuat tulisan yang enak dibaca dan terkesan tidak memprovokasi
2. Menyampaikan sesuatu peristiwa apa adanya
3. Membuat komunitas yang memadai anak-anak muda untuk beraktivitas.

C. Struktur Organisasi Hipwee

Berdasarkan data yang diperoleh dari Armando Radityawan, berikut struktur organisasi Hipwee:

1. Direktur: Windiaprana
2. *Engagement Manager*: Irfan Prabowo
3. *Offline Community Officer*: Tira Hardaning
4. *Online Community Officer*: Angga Arief H
5. *Senior Designer*: Pungky Febi A
6. *Social Media Manager*: Samsul Arifin

- 
7. *Media Planner*: Azila P Utami
 8. *Social Media Officer*: Arbi Azka
 9. *Chief Editor*: Aulia R
 10. *Managing Editor*: N. Primonik SR
 11. *Boys Editor*: Moh. Reza
 12. *Boys Writer*: Andrall Intrakta DC
 13. *Boys Writer*: Gerry Maulana T
 14. *Success and Motivation Editor*: Neneng Pratiwi
 15. *Success and Motivation Writer*: P Wardhani
 16. *Entertainment Editor*: Soni T
 17. *Entertainment Writer*: Dwita Aprilliani
 18. *Entertainment Writer*: Gary Yourdan H
 19. *Travel Editor*: S Bayu Anggara
 20. *Travel Writer*: Andina S R
 21. *Travel Writer*: Hairum F
 22. *Advertising Editor*: Disfira Ika
 23. *Tips Editor*: Silvia AN
 24. *Tips Writer*: Fera Nur
 25. *Tips Writer*: Meily R
 26. *Wedding & Style Editor*: Andhika
 27. *Wedding & Style Writer*: Nurul Tirsa
 28. *Style Writer*: Katon Alphonatoda
 29. *Editor and Training*: Nabila Inaya J

30. *Relationship Editor*: Pristiqa Ayun W

31. *Relationship Writer*: Mustika Annisa

32. *Relationship Writer*: Achmad F Rozi

33. *Account Executive*: P Angela I

34. *Account Executive*: Ronandon

35. *Account Executive*: Syah Yudha

36. *Office Manager*: Armando YR

37. *Finance Officer*: Nicodemus PA

D. Profil Hipwee

Nama Perusahaan : Hipwee

Obyek KKL : Situs online Hipwee.com

Alamat : Jalan Srikaloka, Caturtunggal, Kabupaten Sleman, Daerah
Istimewa Yogyakarta 55281

E. Logo Hipwee

The logo for Hipwee, featuring the word "hipwee" in a bold, lowercase, sans-serif font. The letters are dark gray with a slightly textured or stippled appearance. The logo is centered on the page and is partially overlaid by a large, faint watermark of a circular emblem containing the Latin phrase "seruimus in lumine veritatis".

F. Rubrikasi Hipwee

Situs Hipwee.com memiliki beberapa rubrikasi dalam pembagian *featurenya*, yaitu:

1. Inspirasi
 - a. Discover
 - b. Hubungan
 - c. Sukses
 - d. Tips
 - e. Wedding
 - f. Travel
 - g. Motivasi
 - h. Memperbaiki Diri
 - i. Style
2. Hiburan
 - a. Up to Date
 - b. Joke
 - c. Boys

BAB III

ANALISA HASIL PELAKSANAAN KULIAH KERJA LAPANGAN

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi hasil pelaksanaan yang memaparkan teknik penulisan *feature* di Hipwee. Kemudian dijelaskan juga mengenai deskripsi kerja mahasiswa selama di tempat KKL, dan analisa hasil pelaksanaan KKL.

A. Deskripsi Hasil Pelaksanaan

Feature

Primonik selaku pimpinan redaksi menjelaskan bahwa *feature* di Hipwee.com berbeda dengan *feature* pada umumnya. Beberapa *feature* di Hipwee.com juga menekankan kebaruan peristiwa, sehingga Hipwee.com juga memberikan informasi terbaru tapi dengan gaya menulis *feature*. Monik menjelaskan:

Hipwee juga memberitakan tentang kejadian yang baru terjadi, tapi dengan gaya *feature* Hipwee sendiri bukan seperti berita *hard news* (Monik, 26 Agustus 2016, wawancara).

Hipwee mengembangkan sistem *user generated content*, dimana pembaca dapat juga mengirimkan tulisannya ke Hipwee. Namun, tulisan pembaca ini nantinya akan dimasukkan ke lama sendiri yang terpisah dari laman utama Hipwee. Teknik penulisan dari pembaca ini pun bebas, tidak mengikuti aturan

utama penulis Hipwee. Biasanya pembaca akan membuat narasi panjang, berbeda dengan teknik penulisan penulis Hipwee yang menggunakan poin-poin.

Feature di Hipwee.com mencakup beberapa jenis *feature* dan jenis tersebut tidak pasti pada setiap kanalnya, kecuali kanal tips yang selalu berupa *feature how to do*. Misalnya, pada kanal *Wedding* bisa berupa *feature how to do* atau petunjuk praktis tapi juga bisa berupa biografi. Pada kanal *Travel* pun juga bisa berupa *feature how to do*. Pada kanal *Sukses* juga bisa menggunakan jenis *feature* petunjuk praktis maupun biografi.



Gambar 3.1 *Feature Traveler* Petunjuk Praktis

Sumber: Hipwee.com, 30 Mei 2017

Menentukan jenis apa yang akan ditulis disesuaikan oleh ide dari penulis sendiri yang telah disetujui oleh editor. Setiap penulis bertugas untuk menulis 2 *feature* dalam satu hari, penulis pertama akan mengonsultasikan idenya kepada editor di masing-masing kanal. Jika editor sudah menyetujui ide tersebut, penulis dapat melanjutkan ide tersebut menjadi sebuah artikel *feature*. *Feature* tersebut harus menyertakan gambar didalamnya, baik berupa gambar utama maupun gambar untuk setiap poin. Gambar utama harus bisa menggambarkan keseluruhan isi artikel sedangkan gambar dalam poin harus bisa menggambarkan isi dari setiap poin tersebut.

Monika juga menjelaskan, Hipwee.com memiliki beberapa karakteristik *feature* pada umumnya, tapi Hipwee.com memiliki karakteristiknya sendiri. Karakteristik inilah yang membuat *feature* di Hipwee.com tampil berbeda dan sangat khas. Baik dari segi judul, pembukaan, isi dan penutup, Hipwee memiliki caranya sendiri yang sedikit berbeda dengan *feature* pada umumnya. Tentunya hal ini disesuaikan dengan karakteristik Hipwee sendiri yang merupakan media *online*.

Penulis mengambil contoh dengan membandingkan Hipwee dengan Malesbanget.com dan National Geographic.

3 ① www.hipwee.com/tiburay/udah-nyimak-duta-sheila-on-7-nyanyi-di-acara-nikahan-warga-yang-ederhana-ini-nyenengin-banget/

"Anugrah Terindah yang Pernah Kurniaki".

6,247
SHARES

Sembari menyanyi, Duta melayani keinginan warga yang ingin berfoto dengannya



Foto bareng tamu undangan via www.youtube.com

Penampilan Duta dalam hajatan tersebut terlihat begitu sederhana. Ia mengenakan celana jin dan kemeja. Nggak cuma mendengarkan lagu yang dibawakan Duta, warga juga memanfaatkan momen ini dengan meminta foto bersama. Belasan orang berebut agar bisa berfoto dengan sang vokalis. Duta tak tampak keberatan. Senyuman selalu tersungging di bibirnya.

Kesederhanaan dan pribadinya yang nggak sombong ini tentu bikin *netizen* salut dan makin kagum sama sosok Duta



Gambar 3.2. Feature di Hipwee

Sumber: Hipwee.com, 22 Juni 2017

Penulis mengambil *feature* berjudul "Udah Nyimak Duta Sheila On 7 Nyanyi di Acara Nikahan Warga yang Sederhana Ini? Nyenengin Banget!". Hipwee menggunakan sub poin untuk memaparkan isi dan jalan ceritanya, dimana setiap sub poin diberi foto. Pemilihan katanya juga cenderung bahasa lisan dan tidak baku.



Gambar 3.3. *Feature* di Malesbanget.com

Sumber: Malesbanget.com, 22 Juni 2017

Sedangkan malesbanget.com juga menggunakan bahasa lisan tapi tidak menggunakan sub poin. Malesbanget.com menjelaskan dalam bentuk narasi panjang disertai satu dua foto saja.



Gambar 3.4. *Feature* di *National Geographic*.

Sumber: Nationalgeographic.co.id, 21 Juni 2017

Penulis juga membandingkan dengan situs National Geographic yang merupakan situs *feature*. National Geographic menggunakan bahasa baku dengan isi berupa narasi, disertai juga dengan beberapa gambar penjelas.

Melalui perbandingan tersebut dapat terlihat bahwa Hipwee memiliki cara penulisan *feature* yang berbeda dari Malesbanget.com dan National Geographic.

Media Online

Sebagai media *online*, Hipwee.com menerapkan unsur interaktivitas, dimana pembaca dan penulis dapat saling berinteraksi melalui kolom komentar. Penulis Hipwee sering membalas komentar pembaca, baik yang berupa kritik maupun candaan. Komentar ini juga yang menjadi salah satu patokan untuk menentukan

apakah tulisan tersebut disukai oleh pembaca. Selain itu, jumlah *view* dan *share* sebuah tulisan menjadi patokan untuk membuat tulisan selanjutnya. Jika tulisan tentang drama korea ternyata memiliki jumlah *share* banyak maka tulisan selanjutnya akan membahas tentang drama korea juga dan diharapkan memiliki jumlah *share* yang tinggi juga. Penulis Hipwee memiliki target satu juta *viewers* sebagai jumlah keseluruhan *viewers* dari semua artikel *feature* yang ditulisnya dalam satu bulan.

Cara penulisan di Hipwee.com yang merupakan media *online* juga berbeda dengan media lain. Monika menjelaskan bahwa judul tulisan harus mengundang rasa penasaran pembaca. Tak hanya dari segi judul, foto merupakan salah satu lampiran wajib bagi tulisan di Hipwee.com. Setiap tulisan harus diberi foto, dan jika dalam tulisan *feature* tersebut terdapat beberapa poin, maka setiap poin harus diberi foto juga. Selain foto, Hipwee juga menyediakan video meskipun tidak selalu ada dalam setiap artikelnya.

Mungkin nggak banyak yang tahu kalau *headrest* bisa digunakan untuk memecahkan kaca mobil ketika berada dalam kondisi darurat. Misalkan saja mobil nyemplung dalam air, terjadi kebakaran, hingga kecelakaan yang mengakibatkan tergencet kendaraan lain sehingga pintu tak bisa dibuka.

Caranya, lepaskan *headrest* jok mobil dengan menekan tombol kecil yang biasanya ada di sekitar pangkal *headrest*. Kemudian bagian gagang yang terbuat dari besi, bisa diselipkan di antara kaca dan trim pintu. Jika gagang besi tersebut sudah menancap, penumpang atau pengemudi bisa menekan ke bawah sandaran kepala guna memecahkan kaca. Setelah pecah, kamu bisa segera keluar dari mobil.

Biar lebih jelas cek videonya saja deh



Gambar 3.5. Video dalam feature Hipwee

Sumber: Hipwee.com, 2 Juni 2017

Sebagai *feature* yang dikemas dalam media *online*, Hipwee memiliki karakteristik cara penulisannya. Judul harus dibuat menarik dan mampu menggambarkan isi artikel yang ditulis. Judul tersebut harus mengundang rasa penasaran pembaca sehingga mereka memilih untuk masuk ke dalam halaman artikel *feature* tersebut. Judul di Hipwee justru tidak singkat, tapi bisa terdiri dari dua baris. Judul tersebut juga harus langsung menunjuk ke pembaca agar pembaca bisa merasa ada kedekatan dengan topik yang dibahas.

Begitu pula dengan pembuka dan penutup, harus bisa membuat pembaca merasa lebih dekat dengan menggunakan kata "kamu". Tidak ada batasan kata

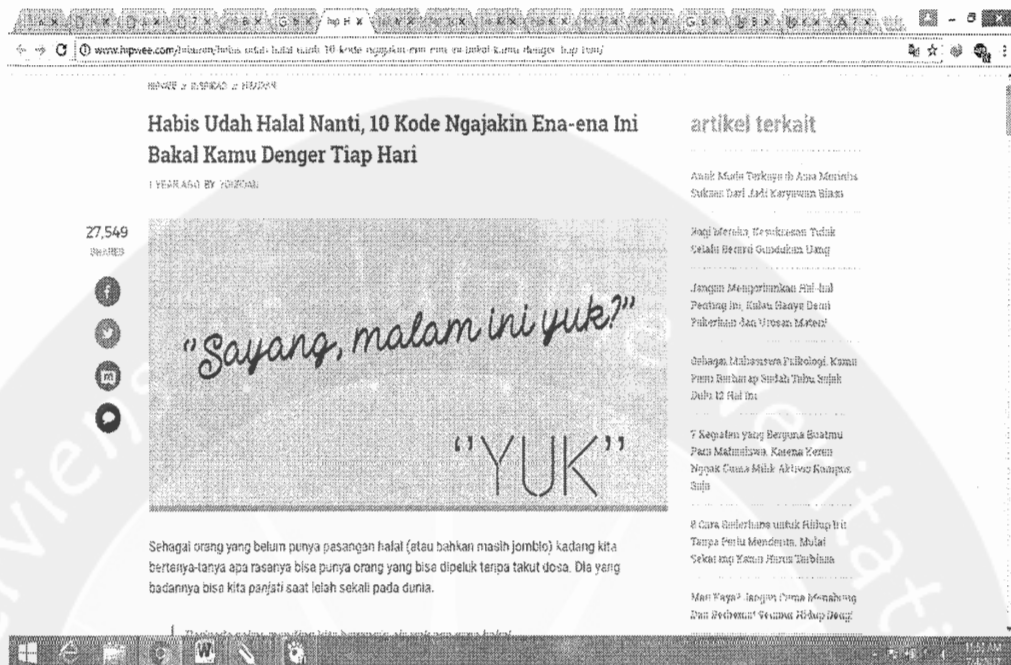
dalam pembuka dan penutup *feature* di Hipwee. Penulis dapat membuat sebebas mereka, bahkan bisa hanya dalam beberapa kata atau satu kalimat saja. Jika *feature* biasa isinya bisa sangat panjang, Hipwee justru menghindari narasi yang terlalu panjang. Bagaian tubuh *feature* berisi poin-poin yang kemudian di bagian bawah poin akan diberikan gambar dan narasi singkat. Bahkan untuk artikel yang berisi foto, terkadang tidak diberikan lagi narasi penjelas, hanya berupa sub poin dan foto.

Cara pemilihan kata di Hipwee pun juga harus lebih santai dan khas. Hipwee memperbolehkan penggunaan kata yang biasanya tidak diperbolehkan pada *feature*. Misalnya kata 'brengsek' di Hipwee boleh digunakan. Sedangkan penulisan judul tidak menggunakan titik di akhir judul. Contohnya, "5 Alasan Kenapa Kamu Harus Traveling ke Demak Sekali Seumur Hidup". Setiap awal kata ditulis dengan huruf capital, sedangkan huruf kecil hanya digunakan untuk kata-kata yang bersifat partikel seperti yang, di, ke, dengan. Partikel tetap ditulis dengan huruf besar jika ditulis di awal kalimat. Contohnya, "Ke Mana Kita Akan Berujung Ya?".



Gambar 3.6. Contoh judul di Hipwee
Sumber: Ihipwee.com, 22 Juni 2017

Kemudian untuk penulisan sub poin, Huruf kapital hanya digunakan di awal kata. Contoh, “Kepang rambut ini namanya *dutch braid*”. Sub poin tidak perlu menggunakan titik di akhirnya. Jika menggunakan kata dalam Bahasa Inggris, kata asing tersebut di-*italic*. Kata bahasa asing atau serapan yang sering muncul di Hipwee adalah ala, *bully*, kafe, feminin, hits, *makeup*, seks, dan *sexy*. Hipwee juga sering menggunakan kata *slang* atau aneh, yaitu “aih”, “Eits”, “Guys”, “ena-ena”, “ciamik”, “deh”, “kan”, “lho”, “mah”, “nih”, “uwuwuwu”, “Uuuh”, dan “Ge er”. Kata *slang* ini yang membuat artikel *feature* di Hipwee lebih terasa menggunakan bahasa lisan.



Gambar 3.7. Contoh penggunaan kata ena-ena

Sumber: Hipwee.com, 2 Agustus 2016

Setelah selesai menulis, penulis akan memberikan tulisan tersebut kepada editor untuk dilakukan editing. Jika menurut editor tulisan tersebut masih belum khas Hipwee atau terlalu kaku, editor sendiri yang akan merombak tulisan tersebut. Berikut adalah hasil *feature* penulis sebelum diedit, sebelumnya penulis membuat judul dengan "Agar ke Pantai Nggak Hanya Main Air, Cobalah Kunjungi Pantai Torohudan" kemudian diganti menjadi "Bocoran Hidden Gem Baru di Jogja yang Belum Banyak Orang Tahu. Ke Sini Yuk Sebelum Ramai". Kemudian sub poin pertama berisi, "Tersembunyi dan tidak banyak diketahui. Pantai Torohudan masih jarang dijamah wisatawan." diganti menjadi "Pantai

Torohudan bersebelahan dengan Pantai Ngrenehan. Masih sepi, berasa pantai milik sendiri”. Perubahan ini dibuat agar bahasanya menjadi lebih lisan.

Kode Etik Jurnalistik dan Pedoman Media Siber

Monika mengatakan bahwa Hipwee mengikuti aturan dari kode etik jurnalistik seperti *feature* lain pada umumnya. Selain itu, karena Hipwee juga merupakan media *online*, mereka mengikuti juga Pedoman Media Siber dari Dewan Pers. Tapi Hipwee tidak sepenuhnya mematuhi aturan tersebut, Hipwee juga memiliki aturannya sendiri dari segi tata cara penulisan.

Hipwee tidak melakukan wawancara atau observasi ke lapangan, Hipwee hanya mencari sumber melalui internet. Data-data tersebut diperoleh dari beberapa website-website lain yang kemudian akan dipilih dan ditulis kembali dengan bahasa Hipwee. Seringkali Hipwee tidak mencantumkan sumber tersebut dalam tulisannya karena dianggap kurang menarik. Sumber hanya akan disebut jika memuat data statistik atau kutipan wawancara, dan jika artikel yang ditulis isinya sama persis seperti salah satu website. Sedangkan jika sebuah artikel diambil dari berbagai website tidak disertakan sumbernya.

Salah satu contoh *feature* di Hipwee yang diambil dari situs lain adalah *feature* berjudul “7 Ciri Wanita yang Rentan Keguguran. Segera Atasi Agar Tak Mengalaminya di Masa Mendatang”. *Feature* tersebut isinya sama dengan artikel dari alodokter.com yang telah diterbitkan 20 Mei 2016, judulnya pun sama-sama 7 tipe wanita yang rentan mengalami keguguran. Hipwee tidak menyertakan sumber alodokter pada tulisannya. Hipwee juga mengubah sistematika penulisannya

menjadi sub poin dan menambahkan gambar. Segi bahasanya pun ditulis dengan kata yang lebih santai.

HIPWEE # BERSIH # TIPS

7 Ciri Wanita yang Rentan Keguguran. Segera Atasi Agar Tak Mengalaminya di Masa Mendatang

5 HOURS AGO BY JULIA ALELA

641 SHARER



<https://www.thebump.com>

Meski tidak semua ibu hamil mengalaminya, keguguran adalah hal lumrah yang bisa dialami oleh siapa saja yang sedang mengandung, terutama saat sedang berada pada trimester pertama. Keguguran biasanya terjadi pada rentang usia sampai 20 minggu pertama kehamilan. Tentunya tak ada ibu hamil yang mengharapkan kejadian ini terjadi pada dirinya, sehingga semua upaya dilakukan termasuk menjaga kehamilan dari kelelahan fisik, karena banyak orang berpendapat:

artikel terkait

- Bukannya Iri, Cuma Horor Aja Keupa Cowok Kek Kayahnya Nafsu Bangat Sama Cowok Berasetejam
- 7 Bahasa yang Bisa Bikin Kamu Terlihat Pintar di Mata Cowok. Biar Kamu Nggak Jomblo Terus!
- Ingin Tampil Beda, 10 Gaya Rambut Cowok Itu Malah Bikin Ngakak Nomor Terakhir Paling Epic Kib!
- Cowok Wajib Baca! 5 Jenis Sikap Kekakuan-lumahan Cowok yang Nggak Bakal Bantu Setelah Menikah
- 10 Fakta Sejarah Kondom yang Mencecangkan Untung Kita Nggak Hidup Di Zaman Dulu
- Ini Penyebab Cowok Punya Banyak Bintang Bermanas Berperang. Cowok Wajib Baca Biar Lebih Pengertian!

Gambar 3.8. Contoh salah satu feature tips Hipwee

Sumber: Hipwee.com, 2 Juli 2017



Gambar 3.9. Salah satu artikel di Alodokter yang memiliki tema sama dengan Hipwee.

Sumber: Alodokter.com, 20 Mei 2016

Saat tidak berbadan dua saja mengonsumsi narkoba dilarang, apalagi saat hamil. Mengonsumsi obat-obatan terlarang seperti kokain atau ekstasi saat hamil, bisa meningkatkan risiko kamu mengalami keguguran.

Berat badan tidak normal. Ibu hamil bertubuh terlalu kurus atau terlalu gemuk telah dikaitkan dengan risiko mengalami keguguran lebih tinggi dibanding wanita yang memiliki berat badan normal.

Pernah mengalami keguguran. Wanita yang pernah mengalami keguguran dua kali atau lebih secara berturut-turut, lebih mungkin untuk kehilangan janin kembali pada kehamilan selanjutnya.

Menderita penyakit kronis. Wanita yang mengidap penyakit kronis atau jangka panjang bisa berisiko tinggi mengalami keguguran pada trimester kedua kehamilan. Contoh penyakit kronis antara lain diabetes (jika tidak terkontrol), penyakit ginjal, tekanan darah tinggi, paru-paru, atau lupus.

Terlalu cepat kembali hamil. Jika jarak antara waktu melahirkan dan kehamilan selanjutnya sekitar 3 bulan, maka kamu berisiko tinggi mengalami keguguran.

Jika kamu termasuk salah satu dari 7 tipe wanita di atas, kamu jangan bersedih hati. Segera lakukan perubahan jika kamu ingin menjalani kehamilan secara sehat, seperti menaikkan atau menurunkan berat badan sebelum hamil, menjalani gaya hidup sehat, atau rutin melakukan perawatan medis jika memiliki gangguan kesehatan kronis.

Gambar 3. 11. Isi artikel Alodokter yang sama dengan isi artikel Hipwee

Sumber: Alodokter.com, 20 Mei 2016

Selain itu, penulis di Hipwee juga menggunakan referensi pribadi dan pendapat pribadi untuk menulis. Penulis dapat menulis menurut pengalaman dan pendapatnya sendiri. Hal ini membuat *feature* di Hipwee lebih bersifat subjektif. Pendapat pribadi tersebut juga harus disesuaikan dengan pembaca, sehingga ketika pembaca membacanya ia akan merasa sependapat dengan yang ditulis penulis. Untuk melakukannya, penulis biasanya berkonsultasi kepada editor atau menanyakan pendapatnya ke penulis lain untuk membandingkan.

Salah satu contoh *feature* Hipwee yang bersifat subjektif adalah “Berteman Dengan Mantan Adalah Bukti Kedewasaan. Ini 6 Alasan Untuk Menjalin

Hubungan Positif Dengan Mantan”. Isi *feature* tersebut belum terbukti kebenarannya dan tergantung dari orang yang mengalaminya.



Gambar 3.12. Feature Hipwee yang subjektif

Sumber: Hipwee.com, 20 Juni 2016

Hipwee juga tidak memperhatikan masalah keberimbangan, hal ini membuat ada pihak yang bersangkutan pernah protes ke Hipwee. Monik menjelaskan bahwa saat itu Hipwee menulis sebuah *feature* tanpa menanyakan kembali kepada narasumber, sehingga saat itu yang bersangkutan marah dan tidak terima dengan tulisan tersebut. Menanggapi hal ini, Hipwee menyatakan bahwa mereka akan membalasnya dengan membuat artikel *feature* lain yang dapat mengangkat nama baik pihak tersebut. Ketika menulis suatu informasi tentang seseorang, atau tentang suatu isu, Hipwee tidak akan melakukan konfirmasi dahulu ke pihak yang bersangkutan. Hal inilah yang membuat *feature* di Hipwee sering tidak berimbang.

Hipwee sangat memperhatikan masalah hak cipta gambar. Hipwee hanya memperbolehkan penulisnya untuk mengambil gambar yang dapat digunakan secara gratis. Sumber gambar juga harus disertakan dengan jelas. Pada *caption* foto pun juga disertakan asal gambar tersebut.

B. Deskripsi Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL)

Penulis mendapatkan tugas sebagai penulis dan editor saat melakukan KKL di Hipwee.

Minggu pertama (11 Juli – 15 Juli 2016)

Selama satu minggu pertama penulis bebas menulis untuk kanal apapun, dimana jumlah *feature* yang ditulis setiap harinya bebas. Pada tanggal 11 Juli, penulis menulis “Setelah Descendants of The Sun, 3 Drama Korea Ini Siap Bikin Kamu Baper Berkepanjangan”. Tulisan tersebut diberikan kepada editor hari itu juga dan diterbitkan pada hari yang sama. Namun pada tanggal 2 Agustus 2016, tulisan tersebut diterbitkan ulang dengan tambahan isi dari editor, dengan judulnya menjadi “Setelah Descendants of The Sun, 3+2 Drama Korea Ini Siap Bikin Kamu Baper Berkepanjangan”.

Tanggal 12 Juli 2016, penulis menulis “Bocoran Hidden Gem Baru di Jogja yang Belum Banyak Orang Tahu. Ke Sini Yuk Sebelum Ramai”. *Feature* tersebut berisi tentang Pantai Torohudan yang layak jadi objek wisata, tapi masih sedikit dikunjungi dan diketahui orang. *Feature* tersebut kemudian diterbitkan pada 13 Juli. Penulis juga membuat tulisan “Hal Spesial yang Cuma Dipunyai Kamu yang Nggak Malu Sendirian Ke Mana-mana. Kamu Emang Beda!”, yang berisi tentang

keistimewaan orang yang berani melakukan banyak hal sendiri. Namun, artikel ini tidak terbit karena tulisannya dianggap kurang menarik pembaca.

Pada tanggal 13 Juli 2016, penulis menulis “Masa Masa MOS SMA Ini pasti nggak kamu lupakan”. Tulisan ini berisi hal-hal unik dan memalukan yang sering dilakukan pada Masa Orientasi Sekolah, tapi tulisan ini tidak diterbitkan. Kemudian pada 14 Juli, penulis membuat “Kreasi nail art yang bisa dilakukan dengan barang di sekitarmu”. *Feature* ini berisi tentang manfaat barang-barang sederhana yang bisa digunakan untuk *nail art*, tapi tulisan ini juga tidak terbit. Selain itu, penulis menulis tentang “Mengalahkan Twitter dan Snapchat, Pokemon GO Ternyata Masih Kalah Dari 2 Game Ini”, yang kemudian diterbitkan pada hari itu juga.

Pada 15 Juli 2016, penulis membuat tulisan tentang hal-hal tidak benar tentang bra yang dipercayai masyarakat. Penulis memberikan judul, “Mitos Tentang Bra Ini Belum Tentu Benar”, tapi tulisan ini tidak diterbitkan oleh editor, karena dianggap kurang menarik.

Minggu kedua (18 Juli-22 Juli 2016)

Pada minggu kedua, penulis diberi tugas menulis untuk kanal hiburan selama satu minggu dan mulai berkonsultasi pada editor hiburan. Mempertimbangkan dari tulisan Hipwee.com sebelumnya yang membahas tentang Korea selalu memiliki jumlah *view* dan *share* banyak, maka pada 18 Juli penulis menulis tentang artis-artis korea yang dianggap jelek. Penulis memberikan

judul, “Ternyata Ada Juga Tuh Artis Korea yang Suka Dianggap Jelek, Tapi Mereka Tetap Aja Dicintai”. Artikel ini diterbitkan pada 6 Agustus 2016.

Lalu pada 19 Juli penulis menulis “Namanya Sih ‘Seragam’, Tapi Kok Modelnya Beragam? Adakah yang Salah dari 5 Busana Khas Siswi SMA Ini?”. Pada *feature* ini penulis bercerita tentang anak-anak sekolah yang sering memodifikasi baju mereka menjadi ketat, pendek dan menyalahi aturan berseragam dari sekolah. Tulisan ini diterbitkan pada 20 Juli 2016.

Pada 20 Juli, penulis membuat *feature* yang berisi kumpulan meme tentang Taylor Swift yang dianggap licik seperti ular. *Feature* ini diterbitkan tanggal 20 Juli, dengan judul “Dinilai Licik dan Penuh Tipu Muslihat, 8 Meme Ini Melahirkan Citra Taylor Swift Sebagai Ular Berbisa”. Tulisan ini lebih banyak berisi gambar dari pada narasi. Selain itu, penulis juga diminta oleh editor tips menulis untuk kanal tips karena kurangnya jumlah bahan untuk diterbitkan. Penulis memutuskan untuk menulis tentang cara menghilangkan jerawat, dengan judul “Sudah Usaha Ini-Itu Tapi Bekas Jerawat Belum Juga Hilang? Tenang, 7 Cara Ini Akan Menyelamatkan. Tulisan ini kemudian diterbitkan pada 22 Juli 2016.

Pada 21 Juli, penulis kembali hanya menulis untuk kanal hiburan. Penulis membuat tulisan mengenai ketertarikan wanita terhadap laki-laki melalui aroma. Tulisan ini berjudul “Kegantengan Bukanlah Nomor Satu, Kalian Laki-Laki Harus Pandai Memanfaatkan Aroma-Aroma Ini”. Penulis menjelaskan apa saja

aroma-aroma tersebut dan gambaran tentang seperti apa aroma tersebut. Tulisan ini berhasil diterbitkan pada 27 Juli 2016.

Tanggal 22 Juli, penulis membuat tulisan berjudul “9 Asumsi Cewek Tentang Gaya Hidup Cowok. Nggak Terima Sih, Tapi Banyak Benarnya Juga”. Tulisan ini bercerita tentang pandangan wanita mengenai gaya hidup dan kebiasaan laki-laki setiap harinya. Tulisan ini kemudian terbit pada 24 Juli 2016.

Minggu ketiga (25 Juli-29 Juli)

Penulis pada minggu ketiga ini mulai menulis untuk semua kanal, dimana setiap harinya penulis menulis untuk kanal yang berbeda. Sebelum mulai menulis, penulis akan berkonsultasi ide kepada masing-masing editor per kanal. Pada 25 Juli, penulis menulis untuk kanal *Style*, yaitu “Inilah Pedoman Memilih Kardigan agar Kamu Makin Menawan tanpa Kepanasan”. Penulis memberikan tips kepada pembaca untuk memilih kardigan yang tepat di musim panas. Tulisan ini berhasil terbit pada 25 Juli 2016.

Kemudian pada 26 Juli, penulis membuat tentang cara menghadapi cinta yang tidak terbalas. Penulis membuat tulisan ini khusus untuk kanal hiburan, dengan judul “Jangan Jadikan Cintamu yang Tak Terbalas Jadi Menyedihkan. Pikirkan Hal ini Baik-Baik Agar Kamu Tidak Meratapi Cintamu”. Sayangnya tulisan ini tidak diterbitkan karena dianggap kurang menarik minat pembaca.

Lalu tanggal 27 Juli, penulis membuat tulisan untuk travel, dengan judul “Keindahan Tempat Wisata Ini Punya Cerita yang Menyedihkan. Kamu Layak Tahu Kisah Tragisnya!”. Pada tulisan ini, penulis tidak hanya menyebut nama-

nama tempat wisata, tapi juga menceritakan kisah yang melatar belakangi tempat tersebut. Tulisan ini telah diterbitkan pada 27 Juli 2016.

Pada 28 Juli, giliran bagi penulis untuk membuat tulisan *feature* di kanal Cowok. Untuk kanal ini, penulis menulis dengan menggunakan sudut pandang laki-laki. Penulis menceritakan negara-negara dengan jumlah wanita terbanyak di dunia, berjudul “5 Negara Dengan Jumlah Cewek Terbanyak Di Dunia. Cowok Bisa Menang Banyak di Sini”. Pada tulisan ini juga diberikan data jumlah penduduk dan jumlah perempuan dari setiap negara yang disebutkan. Tulisan ini berhasil diterbitkan tanggal 31 Juli 2016.

Pada 29 Juli, penulis bertugas untuk menulis kanal Tips, sehingga penulis memutuskan untuk menulis tentang olahan makanan yang unik, yaitu dari kulit semangka. Tulisan ini diterbitkan pada 2 Agustus, dengan judul “9 Olahan Unik Dari Kulit Semangka. Serius, Kamu Bakal Nggak Nyangka!”. Pada tulisan kali ini, penulis tidak hanya memberi informasi mengenai jenis-jenis olahannya tapi juga bahan dan cara pembuatannya.

Minggu keempat (1 agustus – 5 Agustus)

Tanggal 1 Agustus, penulis hanya menulis satu *feature* untuk hiburan. Pada saat itu sedang banyak netizen ramai membicarakan buku Harry Potter yang terbaru, sehingga penulis berinisiatif untuk mengangkatnya menjadi tulisan. Ide tersebut ternyata di setuju oleh editor hiburan, dan tulisan tersebut terbit dengan judul “Bersoraklah Wahai Pembaca Setia Harry Potter, Buku Seri Kedelapan Akhirnya Terbit!”, pada 1 Agustus 2016.

Pada 2 Agustus, penulis hanya menulis satu tulisan untuk kanal Sukses. Penulis memutuskan untuk menulis tentang salah satu tokoh dunia yang dikenal kesuksesannya, yaitu Steve Jobs dengan angle kriteria pekerja yang diinginkannya. Tulisan itu berjudul “Ini 6 Kriteria yang Steve Jobs Berikan Kalau Ingin Bekerja di Apple”, tapi tulisan ini tidak terbit.

Pada 3 Agustus, penulis mendapat giliran untuk kanal travel. Setelah berkonsultasi, menulis untuk travel ini harus disesuaikan dengan pembaca travel di Hipwee.com yang rata-rata berpenghasilan rendah sehingga tidak dapat pergi ke tempat-tempat yang mahal. Maka penulis mendapat ide untuk mencari alternatif tempat wisata yang di Indonesia yang hampir sama seperti di luar negri, yakni gembok cinta seperti di Korea Selatan. Penulis membuatnya dengan judul “8 Lokasi Gembok Cinta Ini Bisa Kamu Temui di Indonesia. Nggak Perlu Jauh-Jauh ke Paris atau Korea!”. Tulisan ini telah berhasil diterbitkan pada 4 Agustus 2016.

Tanggal 4 Agustus, penulis menulis untuk kanal Cowok. Penulis kembali mengambil sudut pandang laki-laki dalam membuat feature ini. Judulnya adalah “Bukannya Cuek, Tapi Cowok Memang Kadang Males Jawab Pertanyaan Cewek. 6 Hal Ini Jadi Alasannya”. *Feature* ini mengungkapkan alasan-alasan laki-laki yang sering enggan menjawab pertanyaan wanita. *Feature* ini diterbitkan pada 7 Agustus 2016.

Kemudian, tanggal 5 Agustus, penulis menulis feature untuk kanal Tips. Penulis memperhatikan feature-feature di kanal Tips sebelumnya yang berhasil

memperoleh jumlah view dan share tinggi adalah *feature* yang membahas manfaat barang-barang sederhana. Maka penulis menulis, “15 ‘Keajaiban’ Cuka yang Belum Banyak Kamu Tahu. Ternyata, Keren Abis!”. *Feature* ini menyebutkan apa saja manfaat dari cuka yang jarang diketahui orang dan cara pemanfaatanny, dan *feature* ini diterbitkan pada 8 Agustus 2016.

Minggu kelima (9 Agustus – 12 Agustus)

Pada 9 Agustus, penulis berkesempatan untuk menulis *feature* di kanal motivasi. Kanal ini biasanya berisi kisah-kisah atau tulisan yang mengajak pembaca untuk bangkit. Penulis membuat *feature* berjudul “Meski Sering Disepelekan, Kamu Justru Beruntung Punya 7 Kelebihan yang Nggak Dimiliki Orang Lain Ini”. *Feature* ini berisi kelebihan-kelebihan orang yang sering disepelakan oleh orang lain. *Feature* ini telah terbit pada 14 Agustus 2016.

Lalu, pada 10 Agustus, penulis giliran menuliskan *feature* untuk kanal travel. Penulis melakukan riset di internet mengenai tempat-tempat yang belum diketahui oleh banyak orang. Ternyata penulis menemukan tempat bernama Kota Padang 12 yang keberadaannya masih dipertanyakan. Maka penulis menulis “Misteri Kota Padang 12 yang Punya Keindahan Luar Biasa, Tapi Kamu Tak Akan Bisa Melihatnya!”. *Feature* ini telah diterbitkan pada 15 Agustus 2016.

Kemudian 11 Agustus, penulis menulis *feature* cowok dimana penulis kembali mengambil sudut pandang laki-laki. Penulis menulis *feature* tentang kejadian-kejadian yang membuat sesama laki-laki merasa canggung. Tulisan ini kemudian diberi judul “5 Momen Canggung Ini Hanya Bisa Dirasain Sesama

Cowok. Asli Bikin Nggak Enak Banget”. Tulisan ini diterbitkan pada 12 Agustus 2016.

Pada 11 Agustus, penulis menulis *feature* untuk kanal Tips. Kali ini, penulis membuat *feature* tentang cara mengencangkan lengan yang berlemak. Tulisan berjudul Lengan Bergelambir Jangan Dipelihara! Kencangkan Dengan 6 Gerakan Ini Saja”, menjelaskan bagaimana gambaran gerakan yang harus dilakukan secara rinci. Tulisan ini kemudian terbit pada 14 Agustus 2016.

Minggu keenam (15 Agustus – 20 Agustus)

Tanggal 15 Agustus, penulis berkesempatan untuk menulis *feature* di kanal Style. Penulis membuat *feature* berjudul “Cara Gampang Terlihat Tinggi dan Langsing Secara Instan, Pakai Saja Rok Pensil!”. Pada *feature* ini, penulis menyebutkan jenis-jenis rok pensil yang bisa membuat pemakai terlihat lebih tinggi dan langsing. *Feature* ini terbit pada 16 Agustus 2016.

Kemudian tanggal 18 Agustus, penulis giliran menulis untuk kanal Travel. Kali ini, penulis menulis *feature* tentang cara baru menikmati Bali, agar tidak hanya ke tempat yang umum dikunjungi wisatawan. *Feature* ini berjudul, “Biar ke Bali Nggak ke Situ-Situ Aja, Kamu Harus Kunjungi 10 Tempat Unik di Bali Ini. Aneh tapi Nyata!”. Artikel ini berhasil diterbitkan pada 19 Agustus 2016.

Pada 19 Agustus, penulis bertugas untuk menulis di kanal Tips. Penulis menulis *feature* yang menyebutkan dan menjelaskan bahaya dari kebiasaan sehari-hari yang mampu menyebabkan komedo di wajah. *Feature* ini berjudul “Nggak

Nyanka, 8 Kebiasaan Sepele Ini Ternyata Bikin Wajahmu Jadi Sarang Komedo”, dan diterbitkan 22 Agustus 2016.

Minggu ketujuh dan kedelapan (22 agustus - 2 September 2016)

Penulis tidak lagi menulis *feature* selama dua minggu terakhir. Hal ini disebabkan karena kurangnya jumlah editor di Hipwee.com sehingga penulis diminta untuk membantu tugas editor. Penulis bertugas untuk mengecek setiap tulisan yang akan terbit apakah sudah sesuai dengan ejaan yang berlaku di Hipwee.com dan jika ada kesalahan ketik.

C. Analisis Kuliah Kerja Lapangan

1. Feature

Artikel *feature* di Hipwee memiliki susunan yang disebutkan Sumadiria (2005: 190), yaitu intro, tubuh cerita, dan penutup. Tubuh cerita Hipwee terdiri dari beberapa sub poin, kemudian diikuti oleh narasi yang menjelaskan poin tersebut. Sub poin tersebut harus bisa menjelaskan isi dari poin. Sub poin ini maksimal terbuat dalam dua baris dan menggunakan alur yang jelas.

hip Tanpa Keluar Duit Banyak x

om/tips/tanpa-keluar-duit-banyak-7-cara-simpel-ini-bikin-pori-pori-wajah-kamu-mengecil-seketika/?ref=terbaru_hip

ini. Asal rutin melakukannya, pori-porimu akan mengecil seketika tanpa perlu keluar duit banyak dan nggak ribet.

593
SHARES

1. Kamu harus rutin bersihkan wajah dan kalau bisa gunakan yang alami



rutin bersihkan wajah via www.womenshealthmag.com

ADVERTISEMENT

Membersihkan wajah merupakan hal wajib yang nggak boleh dilewatkan. Kamu harus melakukannya setiap mandi dan usahakan pakai pembersih dari bahan-bahan alami. Hal ini untuk mengurangi pengaruh bahan kimia yang tak selalu cocok pada kulitmu. Nah, sebaiknya nanti basuh wajah dengan air hangat, lalu keringkan dengan menepuk-nepuk secara perlahan pakai handuk lembut. Pelembab pun tek lupa dioleskan agar kulit nggak kering dan pori-pori mengecil.

Sebetulnya tak masalah jika kamu tetap memakai pembersih

Gambar 3. 13. Salah satu contoh sub poin dalam tubuh cerita.

Sumber: Hipwee.com, 28 Mei 2017

Menurut Wolseley dan Campbell (Sumadiria, 2005: 162-164), *feature* memiliki beberapa jenis, jenis *feature* di Hipwee.com paling banyak mencakup tiga jenis *feature*, yakni *feature* biografi, *feature* perjalanan, dan *feature* petunjuk praktis. Pada kanal Hubungan, lebih menekankan pada jenis *feature* petunjuk praktis. Namun, petunjuk dalam kanal ini lebih kepada saran-saran yang bisa diterapkan dalam berhubungan dengan orang lain. Kemudian, sama halnya dengan kanal Hubungan, kanal Sukses juga lebih sering menggunakan jenis *feature*

petunjuk praktis. Kanal ini lebih banyak membahas cara-cara agar sukses. Namun, ada kalanya juga kanal Sukses menggunakan jenis *feature* biografi, dimana membahas tentang orang yang sudah berhasil meraih sesuatu.

Jenis *feature* petunjuk praktis juga digunakan pada kanal Tips, dimana artikelnya memuat cara-cara melakukan sesuatu. Sering juga kanal ini berisi resep-resep makanan sederhana. Selain itu, jenis *feature* petunjuk praktis sering dipakai juga dalam kanal Wedding, *Style*, dan Motivasi. Sedangkan jenis *feature* perjalanan lebih sering digunakan pada kanal Travel. Namun, kanal Travel pun juga menggunakan jenis *feature* petunjuk praktis, meskipun tidak sering. Biasanya jenis *feature* ini pada kanal Travel digunakan untuk mengajarkan cara-cara berwisata atau melakukan perjalanan jauh.

Berbeda lagi dengan kanal Hiburan dan Cowok, meskipun kanal ini juga tak jarang menggunakan jenis *feature* petunjuk praktis, maupun biografi. Kedua kanal ini juga lebih sering menekankan jenis *human interest*. Isinya dari kanal ini membahas tentang kisah kisah orang lain ataupun cerita yang menarik perhatian pembaca, entah itu lucu, mengharukan, ataupun menyedihkan.

hip Tanpa Keluar Duit Banyak X


com/tips/tanpa-keluar-duit-banyak-7-cara-simpel-ini-bikin-pori-pori-wajah-kamu-mengecil-seketika/?ref=terbaru_homepage

HIPWEE > MISRAH > TIPS

Tanpa Keluar Duit Banyak, 7 Cara Sempel Ini Bikin Pori-pori Wajah Kamu Mengecil Seketika

20 HOURS AGO BY DIMTA APRILIA

593 SHARES



Pori-pori itu bukan musuh. Dia adalah teman karena dibutuhkan kulit untuk mengeluarkan minyak dan keringat.

Dandan sudah kece dan wangi, eh tiba-tiba dirusak sama percaya diri (PD) yang menurun. Padahal sebelum pergi, kamu udah yakin 100 persen kalau penampilanmu saat ini yang paling keren jika dibandingkan sebelum-sebelumnya. Namun, tingkat PD kamu secara dadakan ~~kece~~ bukan cuma ~~kece~~ ~~ada yang dadakan~~ mengubah segalanya cuma gara-gara teringat pori-pori besar pada wajah. Wah, masalah satu ini sih memang nggak bisa disepelkan.

Rutin ke salon, pakai produk kecantikan ini-it, bahkan wajah

artikel terkait

- Kulit Merah Tanpa Belang Bukan Lagi Injeksi. Asal 10 Tips Mudah ini Kamu Praktekkan
- Kain Sudah Tahan 7 Rebusan: Sholat Dhuha, Kamu Yakin Mau Melewatkan?
- 10 Alasan Mengapa Gueainya Kamu Tidak Nggak Pakai Bra. Kalau Perin, Tanpa Baju Juga
- Maksimalkan Akhir Pekan Demi Produktivitas Seminggu ke Depan!
- Wajah Merah Meriah, 7 Makanan Warteg Ini Bisa Bikin Berat Badanmu Selalu Ideal
- 25 Kreasi Kantong Plastik yang Nggak Mahal-mahin Kalau Dipakai Kemana-mana. Harganya Bagus Sensu!
- 9 Rahasia Langsing dan Awet Muda Ala Cewek Jepang. Mulai dari Rejim Sarepan Hingga Gempal Makan Kakusan
- Selain Buat Meluruskan Rambut, Ternyata Catokan Bisa Kamu Gunkan Untuk 6 Hal Bermanfaat Ini!

Active Go to 6

Gambar 3.14. Contoh feature petunjuk praktis di Hipwee.

Sumber: Hipwee.com, 28 Mei 2017

Jika dilihat dari karakteristiknya, artikel *feature* di Hipwee memang mengisahkan suatu peristiwa ataupun keadaan yang menarik perhatian pembacanya. Hal tersebut disampaikan secara faktual, editor akan menanyakan dulu isi-isi poin utama dari artikel yang akan ditulis. Jika menurut editor poin tersebut tidak benar atau tidak sesuai dengan keadaan, maka editor akan menyuruh penulis untuk menggantinya. Tidak jarang editor akan mengecek kembali poin-poin tersebut di internet.

Sebelum mulai menulis, penulis Hipwee memang harus melakukan observasi terlebih dahulu, tapi hanya sebatas melalui internet. Penulis akan mencari data-data atau referensi yang digunakan dalam tulisan melalui beberapa website. Penulis Hipwee tidak melakukan konfirmasi dengan nara sumber terlebih dahulu, hanya akan langsung menulis berdasarkan apa yang diperoleh dari sumber internet. Melalui berbagai sumber ini penulis akan menjadikan informasi-informasi tersebut menjadi satu tanpa menyertakan sumber yang diambil. Sumber akan disertakan dalam artikel jika sumber tersebut memberikan informasi berupa data statistik atau kutipan wawancara. Editor menyatakan bahwa informasi yang Hipwee gunakan berasal dari banyak situs yang tidak bisa diikutsertakan dalam artikel.

Penulis juga dapat mengikutsertakan pendapat pribadinya atau berdasarkan pengalaman pribadi. Pendapat ini dapat menjadi salah satu sub poin yang dikonsultasikan ke editor terlebih dahulu. Jika editor merasa sub poin tersebut memang sesuai, maka penulis dapat lanjut menuliskannya.

Jika dari segi tujuan, *feature* di Hipwee juga ditulis untuk memberikan informasi sekaligus memberikan hiburan. Cara penulisannya pun berbeda dari *feature* lainnya, Hipwee memiliki cara penulisan sendiri yang lebih santai dan khas. *Feature* di Hipwee juga tidak terikat aktualitas, tapi ada juga artikel yang membahas tentang kejadian-kejadian terbaru. Hipwee juga sering menekankan pada *trend* yang sedang terjadi. Penulis disarankan untuk menulis berdasarkan isu-isu yang sedang populer, tapi hal ini tidak wajib.

Menulis *feature* memerlukan kreativitas, penulis harus mencari sesuatu yang khas, kadang bisa merupakan peristiwa biasa tapi jarang terungkap. Hipwee menekankan pada nilai khas dari *feature* yang akan ditulis. *Feature* yang ditulis disarankan unik dan informasinya jarang diketahui oleh publik. Salah satu contohnya “10 Alasan Mengapa Sebaiknya Kamu Tidur Nggak Pakai Bra. Kalau Perlu, Tanpa Baju Juga”. *Feature* tersebut mengungkapkan alasan yang belum diketahui banyak orang mengapa tidur tanpa bra ternyata lebih disarankan. Maka Hipwee menerapkan teori tersebut dalam penulisan *feature* mereka.

Terdapat empat unsur perhatian manusia yang menjadi patokan dalam menulis *feature*. Pertama, *human interest*, sesuatu yang menyentuh perasaan manusia selalu menarik perhatian pembaca. Kedua, drama, merupakan salah satu unsur penunjang dalam *feature* bahkan bisa menjadi topik utama. Ketiga, *oddity*, yaitu keanehan, keganjilan atau hal yang luar biasa. Keempat, efek terhadap pembaca, dimana biasanya pembaca tertarik kepada tulisan yang diminati dan berguna bagi dirinya (Zain, 1992: 31-36).

Feature Hipwee mencakup ketiga unsur tersebut, *human interest*, drama, keanehan, dan efeknya kepada pembaca. Hipwee selalu mengangkat topik yang menarik bagi pembacanya dan memiliki sisi aneh. Sebelum menulis, penulis Hipwee akan berkonsultasi kepada editor apakah tulisan tersebut nantinya sesuai dengan minat dari pembaca. Editor akan menyarankan topik-topik yang disukai oleh pembacanya agar jumlah *view* dan *share*-nya tinggi.

Menulis *feature* tentu memerlukan tekniknya sendiri yang berbeda dengan berita langsung. Mulai dari judul *feature* harus dibuat lentur, *fleksibel*, lincah, menarik. Judul *feature* Hipwee fleksibel dan menarik, ada kalanya judul tersebut mengundang tanya dan provokatif. Namun, judul di Hipwee tidak singkat, justru terdiri dari dua baris atau kalimat. Judul tersebut bisa berupa ajakan hingga pertanyaan yang menimbulkan pendapat. Bahasa yang digunakan pun lebih santai dan tidak baku. Penulisan judul juga harus langsung menunjuk kepada pembaca, biasanya menggunakan kata 'kamu'.

The screenshot shows a web page from Hipwee.com. At the top, there's a navigation bar with 'Hipwee Hiburan' and 'Hip Mimi Peri Terlunta-lunta'. Below that, the article title is 'Mimi Peri Terlunta-lunta di Bandara, Wajar Netizen Bilang Aron Ashab Keterlalu, Cuma Numpang Tenar!'. The author is '1 DAY AGO BY FHM'. There's a social media share count of '2,564 SHARED' with icons for Facebook, Twitter, and Messenger. The main image shows a couple in a car. To the right of the image, there's a quote from a user: 'Womashab My new song titled "LAMBE TURAN" Coming to you all really really soon ... With super special guest the one and only @mimiperi'. Below the image, there's a paragraph of text: 'Dunia hiburan memang selalu menarik untuk diperbincangkan. Kehadiran orang-orang baru atau mungkin mulai meredupnya beberapa karier selebriti rasanya sudah jadi pokok pembicaraan yang sudah nggak asing lagi. Para artis ini nggak cuma menghibur lewat penampilannya di layar kaca, tapi juga melalui akun media sosial mereka seperti Instagram.' On the right side, there's a section titled 'artikel terkait' with several links to other articles.

Gambar 3.15. Salah satu contoh judul di Hipwee

Sumber: Hipwee.com, 22 Mei 2017

Pada *feature* juga terdapat intro atau teras berita yang berfungsi sebagai etalase, yaitu sesuatu yang dapat menarik pembaca untuk melanjutkan membaca. Hipwee tidak memberikan batasan kata dalam menulis intro, tapi minimal dua kalimat. Intro dalam *feature* menurut Sumadiria (2005: 198-216) terdapat 13 jenis, dari ketiga belas jenis tersebut Hipwee hanya menerapkan intro bercerita dan menuding langsung. Hal ini karena intro tersebut dapat membuat pembaca lebih bisa merasakan situasi yang digambarkan. Hipwee membawa pembaca untuk menjadi lebih dekat dan merasakan hal yang sedang dibahas di *feature*.

Tidak hanya intro saja yang memiliki berbagai macam jenis, penutup dalam *feature* pun juga terdiri dari 5 jenis yang dapat dipilih penulis. Ternyata tidak semua jenis penutup tersebut diterapkan di Hipwee. *Feature* Hipwee lebih sering menggunakan penutup ajakan bertindak untuk artikel *feature*nya. Hal ini juga dikarenakan kebanyakan *feature* di Hipwee adalah *feature* petunjuk praktis. Selain Hipwee juga sering kali menggunakan penutup klimaks serta ringkasan.

2. Media Online

Hipwee yang merupakan media *online* tentu memiliki banyak perbedaan jika dibandingkan dengan media lain. Hipwee memiliki karakteristiknya sendiri sebagai media *online*, seperti yang diterangkan Deuze.

a. Interaktivitas

Hipwee sudah menerapkan unsur ini dalam medianya. Pada kolom bawah laman terdapat kolom komentar yang memberikan kesempatan bagi pembaca untuk mengungkapkan pendapatnya. Bahkan penulis sendiri biasanya

juga akan membalas komentar tersebut jika komentarnya dianggap unik, lucu, atau bahkan komentar marah dari pembaca.

Interaktivitas dalam media digital menurut Pavlik (2004:16) dapat didefinisikan sebagai sebuah dialog yang terjadi antara manusia dan program computer (termasuk e-mail, chart online, dan grup diskusi), dimana dialog tersebut terjadi secara simultan. Audiens dapat mengontrol sendiri isi media yang ingin mereka lihat dan tujuan mereka melihatnya. Misalnya dengan mengklik *hyperlink* dan memilih sendiri berita yang ingin ditampilkan, maka hal tersebut dapat dikatakan interaktif. Definisi ini sesuai dengan Hipwee, dimana Hipwee menyediakan *hyperlink* yang mempersilakan pembaca untuk masuk ke dalam *link* tersebut ataupun tidak. Link tersebut akan menuntun pembaca untuk masuk ke feature lain yang berkaitan.



Gambar 3. 16. Contoh hyperlink yang ditampilkan Hipwee

Sumber: Hipwee.com, 2017

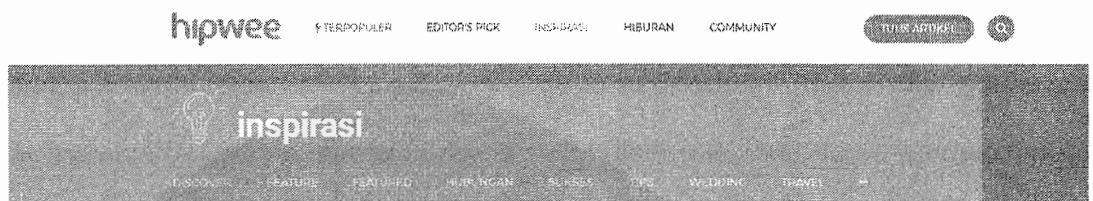
Sebagai media *online*, Hipwee memiliki enam dimensi interaktivitas seperti yang disebutkan Rogers. *Feature* di Hipwee tidak hanya sebagai hiburan tapi juga memberikan informasi-informasi penting bagi pembaca. Isi dari *feature* yang ditulis di setiap kanal ditentukan oleh pembaca. Jika pembaca Hipwee tidak menyukai suatu isu, maka isu tersebut tidak akan diangkat oleh

Hipwee. Pembaca Hipwee juga merupakan pengguna internet aktif, hal ini dapat dilihat dengan pembaca yang melakukan *share*, hingga jumlah *share* juga menjadi salah satu penentu kesuksesan tulisan. Selain *share*, pembaca juga sering memberikan komentarnya tentang isu yang diangkat. Penulis pun juga disarankan untuk membaca komentar pembaca atau membalasnya, hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah pembaca menyukai tulisan tersebut atau tidak.

b. Personalisasi, atau lebih tepatnya individualisasi;

Pada berita *online* pembaca dapat memilih sendiri berita apa saja yang ingin ditampilkan, misalnya hanya berita ekonomi atau politik. Personalisasi merupakan sebuah konsep dimana media memberikan pilihan pengayaan informasi bagi khalayak yang membutuhkannya. Khalayak dapat bebas memilih informasi yang ingin mereka dapatkan. Jika mereka tidak membutuhkannya, mereka pun tidak perlu repot-repot mengkonsumsinya (Deuze, 1999: 378).

Hal ini dapat diperhatikan melalui kanal-kanal yang ada di website Hipwee. Setiap kategori *feature* dibedakan melalui setiap kanal. Bagi pembaca yang ingin membaca tips, ia bisa membuka kanal Tips, jika pembaca tersebut tidak ingin membaca tentang motivasi maka ia tidak perlu membuka kanal motivasi. Sehingga Hipwee memberikan kebebasan kepada pembaca untuk memilih mana yang ingin dibacanya.



Gambar 3.17. Kanal di laman Hipwee.com

Sumber: Hipwee.com, 2017

c. Konvergensi

Konvergensi adalah meleburnya bentuk media tradisional – gambar bergerak, teks, suara dalam satu kesatuan yang dipublikasikan secara *online*. Saat ini, Hipwee melakukan konvergensi dengan Migme. Ada Tujuh pengamatan konvergensi yang dapat digunakan oleh organisasi media dalam upaya mereka untuk mengoperasionalkan konvergensi seluruh unit bisnis. Ketujuhnya sesuai dengan praktik konvergensi yang terjadi di Hipwee. Hipwee selalu melakukan rapat mingguan dengan kantor pusat Migme di Australia melalui jaringan internet. Rapat tersebut diikuti oleh semua pegawai Hipwee termasuk penulis. Hipwee tentu juga telah menyamakan misi dengan Migme dengan tanpa mengubah misi utama Hipwee.

Hipwee melakukan kerjasama dengan kantor Migme, terutama dalam hal pemasaran. Pemasaran yang dilakukan secara kerjasama dengan Hipwee ini berupa *merchandise* Migme. Salah satu sumber dana Hipwee selain iklan adalah Migme, mereka akan memberikan sejumlah dana setiap tahunnya dalam bentuk Dollar Amerika untuk digunakan oleh Hipwee. Jika dilihat dari segi

budaya, salah satu kebiasaan dari Hipwee yang berbeda setelah melakukan konvergensi dengan Migme adalah cara sistem penerbitan tulisan. Sebuah *feature* yang memiliki jumlah *view* banyak akan diterbitkan kembali beberapa bulan kemudian dengan diberi tambahan pada isinya. Selain itu pada beberapa *feature* tidak diselesaikan secara langsung di laman Hipwee, tapi akan terhubung ke Migme. Sehingga jika pembaca ingin melanjutkan membaca ia harus masuk ke *hyperlink* yang disediakan menuju ke laman Migme.

Aktivitas *online* memiliki persaingan nasional dan internasional di pasar lokal. Perusahaan media yang berlatih konvergensi melalui anak usaha yang berbeda harus menangani kompetisi lokal baik di dalam dan di luar inti pasar. Saat ini salah satu pesaing terbesar Hipwee adalah Malesbanget.com. Pembaca Hipwee sering memberikan masukan atau kritik ke Hipwee, hal ini digunakan untuk menentukan minat pembaca terhadap isu yang diangkat.

Feature di Hipwee memiliki cara menulisnya sendiri yang merupakan khas Hipwee sekaligus khas media *online*. Menurut wartawan BBC Rob Liddle (bbc, 2016), pembaca harus direbut perhatiannya agar segera masuk dan membaca tulisan. Maka dari itu, Hipwee membuat intro yang menarik. Hipwee juga membuat kutipan yang menggelitik yang membuat pembaca ingin membuka link menuju tulisan tersebut. Pemilihan judul yang bagus juga sesuai dengan yang Hipwee praktikkan. Hipwee memberikan aturan untuk membuat judul yang bisa memberikan efek psikologis bagi pembaca. Judul tersebut dapat membuat pembaca merasa terwakili, penasaran, lucu, atau bahkan yang bersifat kontroversial.

Isi feature di Hipwee juga tidak berbentuk narasi panjang, melainkan berbentuk sub poin. Hal ini dilakukan karena pembaca biasanya tidak membaca keseluruhan artikel. Hipwee pun membuat artikel featurenya menjadi lebih berwarna dengan memberikan gambar-gambar yang dapat menunjukkan atau mengilustrasikan topik yang dibahas. Hipwee memberikan kutipan pada featurenya agar tampilannya menjadi lebih menarik. Kutipan di Hipwee harus ditulis dengan semenarik mungkin sehingga membuat pembaca merasa penasaran. Lalu perlu juga ditambahkan gambar utama yang mewakili isi artikel. Gambar adalah syarat wajib dalam menulis feature di Hipwee.

Setiap feature di Hipwee wajib memiliki foto, hal ini menjadi faktor penarik perhatian pembaca. Gambar tersebut harus yang bebas untuk digunakan atau bukan gambar yang diperjual belikan, biasanya dapat ditemukan dari *Tumblr*, *Favim*, *Pinterest*, *500px*, *Flickr*, *Freepixels*, *Stock.xchng*. Penulis harus menuliskan sumber gambar dengan menyertakan URL dari sumber gambar yang asli, tidak boleh hanya menulis google.com. Pada bagian bawah gambar harus ditulis *caption*, dapat berupa penjelasan gambar atau kalimat lucu yang sesuai dengan gambar.

Khusus untuk gambar utama, harus bisa membangkitkan emosi dan reaksi dari pembaca. Gambar utama juga menjadi faktor penentu apakah feature tersebut akan banyak dibaca atau tidak. Namun, untuk media lain seperti audio, Hipwee tidak memasukkan media tersebut. Sedangkan untuk video juga sangat jarang digunakan hanya beberapa kali saja jika artikel tersebut memang membutuhkan video.

HIPWEE @ HIPWEE # COWOK

Poster-poster Film Lawas Kok Begini Banget. Kalau Zaman Sekarang Sudah Dibakar Kali, Ya?

12 HOURS AGO BY ASH@ALL INTRAKTA DO

17
SHARES



Gambar 3.18. Salah satu contoh gambar utama di Hipwee

Sumber: Hipwee.com, 23 Mei 2017

3. Kode Etik Jurnalistik dan Pedoman Media Siber

Berdasarkan wawancara bersama pimpinan redaktur Hipwee, Nendra Primonik, Hipwee juga mengikuti aturan Kode etik jurnalistik dan pedoman media siber. Hipwee tidak sepenuhnya mengikuti Kode Etik Jurnalistik pasal satu. Pada kenyataannya, artikel Hipwee tidak semuanya akurat karena tidak ada wawancara atau konfirmasi langsung terhadap pihak yang bersangkutan. Namun, artikel feature Hipwee kadang tidak berimbang karena hanya menampilkan keadaan dari satu sisi. Hipwee tidak menampilkan pendapat sisi dari pihak lain.

Selain pasal 1, Hipwee juga tidak mengikuti Kode Etik Jurnalistik pasal tiga. Hal ini karena menulis di Hipwee juga sering melibatkan opini, biasanya opini

tersebut berupa kata atau tanggapan penulis terhadap fakta yang ditampilkan sebelumnya atau opini tentang suatu isu yang diangkat untuk dijadikan sub poin.

Meskipun begitu, Hipwee mengikuti Kode Etik Jurnalistik pasal delapan. Pasal ini dipatuhi oleh Hipwee, dimana penulis tidak menulis berdasarkan prasangka atau diskriminasi. Jika tulisan dari penulis dianggap merendahkan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin dan bahasa, maka editor berhak untuk tidak menerbitkan tulisan tersebut.

Selain kode etik jurnalistik, Hipwee juga menerapkan Pedoman Pemberitaan Media Siber. Berikut beberapa pasal yang terdapat dalam Pedoman Pemberitaan Media Siber menurut Dewan Pers. Peraturan ini ditekankan di Hipwee karena Hipwee merupakan salah satu media yang menerapkan *user generated content*. Namun, bagian *user generated content* ini dipisahkan laman dengan feature yang ditulis oleh penulis Hipwee. Sehingga ada laman sendiri yang khusus berisi artikel-artikel yang bukan berasal dari penulis Hipwee. Artikel tersebut dimasukkan ke dalam laman *Hipwee Community*. Selain itu, Hipwee juga memiliki tim yang akan mengurus dan mengedit artikel-artikel dari pembaca.

Hipwee telah menerapkan aturan tersebut, dan isi tulisan yang dikirim pembaca Hipwee tidak langsung dipublikasikan tapi akan melewati proses penyuntingan dahulu. Hal ini dilakukan untuk menghindari penjiplakan dan muatan SARA pada artikel yang dimuat. Aturan mengenai iklan juga dituruti

oleh Hipwee, dimana iklan dapat berupa artikel *feature*, tapi mereka membedakannya dengan artikel lain. Hipwee mencantumkan keterangan iklan pada artikelnya. Selain itu, artikel iklan tidak ditulis oleh penulis Hipwee melainkan langsung oleh bagian iklan sendiri.

Hipwee juga telah memenuhi aturan mengenai hak cipta pada syarat pengambilan gambar. Penyertaan sumber link gambar menjadi hal wajib bagi penulis dan harus berhati-hati apakah gambar tersebut bebas diambil. *Link* yang disertakan pun harus merupakan link sumber utama, tidak boleh dari website kedua yang mempublikasikan gambar tersebut. Jika gambar diambil dari media sosial, maka penulis harus meminta izin terlebih dahulu kepada pemiliknya. Hipwee memang tidak selalu memberikan sumber informasi yang mereka dapatkan. Hipwee akan menyertakan sumbernya jika berkaitan dengan data statistic atau kutipan wawancara. Maka dapat dikatakan bahwa Hipwee belum sepenuhnya mengikuti aturan tentang hak cipta.

Jadi, Hipwee ikut mengikuti aturan dari Kode Etik Jurnalistik dan Pedoman Pemberitaan Media Siber meski tidak sepenuhnya. Ada pasal-pasal yang tidak dipatuhi oleh Hipwee, seperti hak cipta dan keberimbangan. Selain itu, keakuratan artikel *feature* di Hipwee juga masih kurang dipertahankan karena tidak adanya konfirmasi.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Teknik penulisan berita *online* memiliki kriteria yang berbeda dengan teknik penulisan media cetak atau radio. Setelah menganalisis *feature* yang di-*publish* di halaman portal *online* Hipwee, penulis menyimpulkan teknik penulisan *feature* di Hipwee lebih mengikuti teknik menulis di media *online*. Namun, teknik penulisan tersebut juga jauh lebih santai dan fleksibel. Hipwee memiliki aturannya sendiri untuk menentukan kata yang boleh digunakan atau yang tidak boleh digunakan.

Mencari topik yang akan diangkat menjadi artikel *feature* harus sesuai dengan minat pembaca dari masing-masing kanal. Topik atau isu tersebut juga harus unik dan aneh, jarang diangkat oleh media lain.

Sumber data artikel *feature* di Hipwee juga sebatas dari berbagai sumber di internet. Hipwee tidak pernah melakukan konfirmasi kembali dengan orang yang bersangkutan. Melalui beberapa sumber tersebut penulis akan menyatukannya menjadi sebuah artikel *feature* yang baru. Kecuali untuk data statistik atau yang menyangkut kutipan wawancara, Hipwee tidak memberikan sumber-sumber yang digunakan, karena baik dari segi kalimat hingga kata sudah diganti dengan khas Hipwee.

Hipwee mengikuti beberapa kode etik jurnalistik dan pedoman pemberitaan media siber. Ada pasal-pasal dalam aturan tersebut yang dilanggar Hipwee, diantaranya adalah keakuratan dan keberimbangan, karena Hipwee tidak melakukan konfirmasi kepada pihak bersangkutan.

B. Saran

Berdasarkan analisis kelebihan dan kekurangan di bab sebelumnya dan kesimpulan yang penulis tulis dalam laporan KKL ini, penulis ingin memberikan beberapa saran terkait teknik penulisan *feature* di Hipwee.com. Penulis berharap saran dari penulis dapat memajukan kinerja penulis di Hipwee dalam mengembangkan teknik penulisan *feature* agar lebih baik. Berikut ini adalah saran penulis:

1. Melakukan wawancara dan konfirmasi terhadap pihak yang bersangkutan, hal ini disarankan agar *feature* yang ditulis menjadi lebih akurat.
2. Lebih baik *feature* ditulis dengan lebih berimbang agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan.
3. Sumber merupakan faktor penting, maka penulis menyarankan untuk menyertakan sumber data yang diambil.
4. *Feature* yang bersifat subyektif memang wajar, tapi sebaiknya tidak terlalu banyak memasukkan opini, hal ini bertujuan agar *feature* yang ditulis dapat lebih objektif dan mudah diterima banyak orang.

Daftar Pustaka

- Bordes, Lawson Gracia. 2008. *Media Organisations and Convergence: Case Studies of Media Convergence Pioneers*. Mahwah, New Jersey, London: Lawrence-Erlbaum Associates, Publishers.
- Deuze, Mark. 1999. *Journalism and The Web: An Analysis of Skills and Standards in an Online Environment*. London: Sage Publications.
- Folkerts, Jean. 2004. *The Media in Your Life, Third Edition*. Boston: Pearson Educations, Inc.
- Lister, Martin. dkk. 2009. *New Media: a Critical Introduction*. New York: Routledge.
- McAdams, Mindy. (2012). *Online Journalism*. Seminar Professional Standard in Journalism: Twitter, Ethics, Cybermedia. Yogyakarta.
- Pavlik, John V. 2001. *Journalism and New Media*. New York : Columbia University Press.
- Putra, R. Masri Sareb. 2006. *Teknik Menulis Berita dan Feature*. Jakarta: PT Indeks.
- Rogers, Everett M. 1986. *Communication Technology, The New Media In Society*. London : The Free Press.
- Santana K, Septiawan, 2005. *Jurnalisme Kontemporer*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Sumadiria, Haris. 2005. *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature*.

Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Zain, Umar Nur. 1992. *Penulisan Feature*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.

BBC.co. *Menulis Untuk Media Online*. Diakses dari:

<http://www.bbc.co.uk/academy/indonesian/article/art2014032813130695>

5. Diakses pada 11 Mei 2016.

Dewan Pers. 2012. Pedoman Pemberitaan Media Siber. Diakses dari:

[http://dewanpers.or.id/pedoman/detail/167/pedoman-pemberitaan-media-](http://dewanpers.or.id/pedoman/detail/167/pedoman-pemberitaan-media-siber)

[siber](http://dewanpers.or.id/pedoman/detail/167/pedoman-pemberitaan-media-siber). Diakses pada 22 Juni 2016.

Dewan Pers. 2006. Kode Etik Jurnalistik. Diakses dari:

<http://dewanpers.or.id/peraturan/detail/190/kode-etik-jurnalistik>. Diakses

pada: 22 Juni 2016.





serviens in lumine veritatis

Lampiran 1
Surat Perjanjian KKL
dari Hipwee

Perjanjian Magang
Nomor: 002/VII/PM/2016

Sesuai dengan konfirmasi program magang untuk saudara, maka pada hari ini Selasa, tanggal 12 Juli 2016, di Yogyakarta, yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Armando Y Radityawan, Office Manager, bertindak untuk dan atas nama PT HIPWEE MEDIA SOLUTIONS beralamat di Jln. Kaliurang km. 5,5 Gg.Srikaloka CT.III/10 sebuah Badan Hukum Perseroan Terbatas yang didirikan di Indonesia yang selanjutnya dalam perjanjian ini disebut "PIHAK PERTAMA";
2. Artyastiani Partitiningrum pemegang Kartu Mahasiswa Nomor 130905037 dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta Jurusan Ilmu Komunikasi, berdasarkan surat dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan nomor 773/KKL/16 selanjutnya dalam perjanjian ini disebut "PIHAK KEDUA"

PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA secara bersama-sama selanjutnya disebutnya PARA PIHAK. PARA PIHAK terlebih dahulu menerangkan hal-hal sebagai berikut:

Pasal 1

PIHAK PERTAMA menerima PIHAK KEDUA sebagai peserta magang (*Intern*) pada divisi Editorial

Pasal 2

1. PIHAK KEDUA bersedia menerima dan melaksanakan tugas dan tanggung jawab dalam pekerjaan tersebut serta tugas-tugas lain yang diberikan oleh PIHAK PERTAMA dengan sebaik-baiknya.
2. PIHAK KEDUA bersedia tunduk dan melaksanakan seluruh ketentuan yang telah ditentukan oleh PIHAK PERTAMA.

Pasal 3

1. PIHAK KEDUA wajib mengikuti program magang selama minimal 2 (dua) bulan atau 8 (delapan) minggu, sejak tanggal 11 Juli 2016 s/d 02 September 2016.
2. PIHAK KEDUA wajib mengikuti program magang minimal 20 jam per minggu.
3. PIHAK KEDUA wajib mengisi jadwal masuk harian sebelum pelaksanaan program magang (jadwal terlampir)
4. PIHAK KEDUA wajib meminta izin kepada PIHAK PERTAMA serta mentor tiap divisi, apabila berhalangan hadir.

Pasal 4

Program magang PIHAK KEDUA adalah di divisi Editorial, dengan tugas sebagai berikut:

1. Mengerjakan *copy editor* : memastikan ejaan dan typo pada artikel.
2. Mendampingi *editor ads* untuk memastikan artikel klien terbit tepat waktu
3. Membantu riset untuk *campaign* yang dibuat tim editorial.
4. Menulis artikel (*based on social media news*) sebanyak 2 (dua) artikel per hari.
5. Mencari referensi artikel yang *absurd*, selain dari *buzzfeed*, *elite daily*, dan *thought catalog*.

Pasal 5

1. PIHAK KEDUA berhak atas kompensasi dari magang yang dilakukannya, dari PIHAK PERTAMA sebesar Rp. 15.000,00 per 4 (empat) jam kerja, dan akan diberikan setelah program magang selesai (2 bulan).
2. PIHAK KEDUA berhak mendapatkan makan siang setiap hari kerja.
3. PIHAK KEDUA berhak mendapatkan *certificate of appreciation* dari PIHAK PERTAMA setelah menyelesaikan program magang dengan baik.


Pasal 6

1. Perjanjian Magang ini berlaku sampai dengan tanggal 02 September 2016.
2. Perjanjian Magang ini dibuat dan ditandatangani oleh kedua belah pihak dengan tanpa ada pengaruh dan atau paksaan dari siapapun serta mengikat kedua belah pihak untuk mentaati dan melaksanakannya dengan penuh tanggung jawab.
3. Apabila di kemudian hari terdapat permasalahan yang timbul dari Perjanjian Magang ini, PARA PIHAK sepakat untuk menyelesaikan permasalahan tersebut secara musyawarah mufakat.
4. Demikian Perjanjian Kerja ini dibuat dalam rangkap 2 (dua), PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA masing-masing mendapat satu rangkap yang kesemuanya mempunyai kekuatan yang sama.

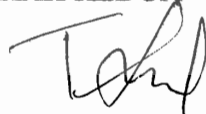
Ditandatangani di Yogyakarta, 15 Juli 2016

PT HIPWEE MEDIA SOLUTIONS

PIHAK PERTAMA


(ARMANDU YR)
OFFICE MANAGER

PIHAK KEDUA


(Artyastiani . P)



serviens in lumine veritatis

Lampiran 2
Sertifikat KKL dari
Hipwee

CERTIFICATE OF ACHIEVEMENT

This is to Recognize

Armando Y. Partitiningrum

INTERN

and is hereby honored for
accomplishment and contribution to the Editor
of Hipwee Media

Armando Y. Radityawan
Editor Manager



Lampiran 3

Nilai KKL

**FORM PENILAIAN INSTITUSI LOKASI
KULIAH KERJA LAPANGAN MAHASISWA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

RAHASIA

Dibuat Rangkap 2 (dua) :

Lembar 1 untuk Institusi Pendidikan *)

Lembar 2 untuk Arsip

MENERANGKAN

Nama Mahasiswa : Artiyastiani Partitiningrum
NIM : 130905037

Benar-benar telah melakukan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di HIPWEE.COM
pada tanggal 11 Juli 2016 sampai dengan 2 September 2016
dan diberikan penilaian sebagai berikut :

No.	ASPEK PENILAIAN	Nilai **)
1.	KEDISIPLINAN (penilaian atas kedisiplinan mahasiswa KKL untuk mengikuti aturan atau kesepakatan yang telah dibuat)	95
2.	KREATIVITAS (Penilaian atas kemampuan mahasiswa KKL dalam mengekspresikan ide-ide baru, atau memberikan solusi atas kasus-kasus yang dihadapi selama KKL)	85
3.	KERJASAMA (Penilaian atas kemampuan mahasiswa KKL dalam): (1) menjaga sopan santun dalam tindakan maupun sikap selama KKL; (2) melakukan penyesuaian terhadap sistem kerja institusi yang bersangkutan; (3) berkomunikasi dan berelasi dalam ruang lingkup kerja institusi.	90
4.	KEHADIRAN (Penilaian atas tingkat kehadiran mahasiswa KKL dengan penjelasan sebagai berikut) : Sakit : hari Ijin : <u>4</u> hari Alpa : hari Total Hadir : <u>36</u> hari	90

KESAN UMUM :

Tyas adalah pribadi yang terbuka terhadap tantangan baru dan mudah untuk bekerjasama. Selama proses magang di Hipwe sifat Tyas yang detail terhadap pekerjaannya membawa hasil yang memuaskan.

.....Yogyakarta,15 September 2016

Pembimbing di Lokasi KKL



(.....NENDRA PRIMONIK.....)

*) Diserahkan dalam amplop tertutup dan dialamatkan ke Dosen Pembimbing KKL

**) Penilaian tiap komponen diberikan dalam bentuk angka dengan range antara 1 - 100



Lampiran 4








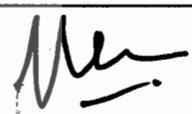

Rekap Kegiatan KKL










REKAP KEGIATAN KKL





18 Juli – 2 September, 37 hari kerja

No	Hari dan Tanggal	Kegiatan	Tanda Tangan
1.	Senin, 11 Juli 2016	Menulis feature berjudul “Setelah Descendants of The Sun, 3Drama Korea Ini Siap Bikin Kamu Baper Berkepanjangan”	
2.	Selasa, 12 Juli 2016	Menulis feature berjudul “: Bocoran Hidden Gem Baru di Jogja yang Belum Banyak Orang Tahu. Ke Sini Yuk Sebelum Ramai” dan “Hal Spesial yang Cuma Dipunyai Kamu yang Nggak Malu Sendirian Ke Mana mana. Kamu Emang Beda!”	
3.	Rabu, 13 Juli 2016	Menulis “Masa-Masa MOS SMA Ini pasti nggak kamu lupakan”	
4.	Kamis, 14 Juli 2016	Menulis “Kreasi nail art yang bisa dilakukan dengan barang di sekitarmu” dan “Mengalahkan Twitter dan Snapchat, Pokemon GO Ternyata Masih Kalah Dari 2 Game Ini”	
5.	Jumat, 15 Juli 2016	Menulis “Mitos Tentang Bra Ini Belum Tentu Benar. Hati-Hati ya!”	
6.	Senin, 18 Juli 2016	Menulis feature hiburan mengenai artis korea yang dianggap jelek tapi tetap dicintai	

7.	Selasa, 19 Juli 2016	Menulis kanal hiburan mengenai busana siswi SMA	<u>Me.</u>
8	Rabu, 20 Juli 2016	Menulis kanal hiburan tentang meme Taylor Swift	<u>Me.</u>
9.	Kamis, 21 Juli 2016	Menulis kanal hiburan tentang aroma lelaki yang disukai wanita	<u>Me.</u>
10.	Jumat, 22 Juli 2016	Menulis kanal hiburan tentang asumsi wanita tentang gaya hidup lelaki.	<u>Me.</u>
11.	Senin, 25 Juli 2015	Menulis kanal style pedoman memilih kardigan	<u>Me.</u>
12.	Selasa, 26 Juli 2016	Menulis kanal hubungan tentang cinta yang tak terbalas	<u>Me.</u>
13.	Rabu, 27 Juli 2016	Menulis kanal travel tentang kisah tragis tempat-tempat wisata	<u>Me.</u>
14.	Kamis, 28 Juli 2016	Menulis kanal Cowok tentang negara dengan jumlah wanita terbanyak	<u>Me.</u>
15.	Jumat, 29 Juli 2016	Menulis kanal tips tentang olahan kulit semangka	<u>Me.</u>


16.	Senin, 1 Agustus 2016	Menulis kanal hiburan tentang seri kedelapan Harry Potter	
17.	Selasa, 2 Agustus 2016	Menulis kanal sukses tentang kriteria bekerja di perusahaan Apple.	
18.	Rabu, 3 Agustus 2016	Menulis kanal Travel tentang lokasi gembok cinta di Indonesia	
19.	Kamis, 4 Agustus 2016	Menulis kanal Cowok tentang alasan lelaki tidak menjawab pertanyaan wanita.	
20.	Jumat, 5 Agustus 2016	Menulis kanal tips tentang kegunaan cuka.	
21.	Selasa, 9 Agustus 2016	Menulis kanal motivasi tentang kelebihan orang yang disepelekan.	
22.	Rabu, 10 Agustus 2016	Menulis kanal travel tentang misteri Kota Padang 12.	
23.	Kamis, 11 Agustus 2016	Menulis kanal Cowok tentang momen canggung sesama lelaki.	
24.	Jumat, 12 Agustus 2016	Menulis kanal tips tentang mengencangkan lengan.	

25.	Senin, 15 Agustus 2016	Menulis kanal style tentang cara terlihat tinggi dan langsing.	
26.	Kamis, 18 Agustus 2016	Menulis kanal travel tentang tempat unik di Bali.	
27.	Jumat, 19 Agustus 2016	Menulis kanal tips tentang kebiasaan yang membuat komedo.	
28.	Senin, 22 Agustus 2016	Mengedit naskah dari penulis.	
29.	Selasa, 23 Agustus 2016	Mengedit naskah dari penulis.	
30.	Rabu, 24 Agustus 2016	Mengedit naskah dari penulis.	
31.	Kamis, 25 Agustus 2016	Mengedit naskah dari penulis.	
32.	Jumat, 26 Agustus 2016	Mengedit naskah dari penulis.	
33.	Senin, 29 Agustus 2016	Mengedit naskah dari penulis.	

34.	Selasa, 30 Agustus 2016	Mengedit naskah dari penulis.	
35.	Rabu, 31 Agustus 2016	Mengedit naskah dari penulis.	
36.	Kamis, 1 September 2016	Mengedit naskah dari penulis.	
37.	Jumat, 2 September 2016	Mengedit naskah dari penulis.	

Yogyakarta, 2 September 2016

Managing Editor



N. Primonik SR



Lampiran 5

Feature Terbit

Nggak Nyangka, 8 Kebiasaan Sepele Ini Ternyata Bikin Wajahmu Jadi Sarang Komedo

10 MONTHS AGO

646

SHARE



Komedo muncul karena adanya penyumbatan di pori-pori kulit wajah. Komedo sendiri ada dua macam, yaitu *blackhead*, yang berwarna hitam dan *whitehead*, yang berwarna putih kekuningan. Menghilangkan komedo hitam memang lebih sulit dari pada komedo putih, padahal penyebab komedonya sama. Mulai dari pola makan dan apa yang kamu lakukan sehari-hari, sebenarnya berpengaruh besar ke kulitmu.

Dan nyatanya, produk perawatan semahal apapun nggak akan ampuh menghilangkan komedomu, kalau kamu masih melakukan kebiasaan-kebiasaan ini...

Hati-hati kalau kamu doyan banget makan gorengan. Gorengan dan makanan berminyak sangat memicu pertumbuhan komedo

artikel terkait

25 Alasan Kenapa Cowok yang Bisa Main Musik Itu Seksi Abis!

Jangan Sampai Ada Rizki Budienyah Lainnya. Pastikan Dia Benar-benar Cowok Sebelum Kamu Pacar!

Apa Saja yang Terjadi pada Ernest Pausa Menyebut Zakir Naik Mendapat IQ? Wah, Panjang Urusannya

Kebiasaan-kebiasaan Cowok yang (Masih) Belum Bisa Cowok Pahami

Mereka Cute, Tapi... (30 Hal yang Ada di Kepalamu Waktu Denger Anak Kecil Rewel)

Buat Cowok, Mungkin Salah Satu Alasan Cowokmu Belum Melamarmu Adalah Karena Kegalauan Ini

Hasil Penelitian Tentang Pekerjaan yang Paling Pas Bagi Cowok Setelah Menikah. Jauh Pekerjaan Kita!

Dunia Hiburan Berduka: Irene Sukardi Tinggalkan Anak Semata Wayang Karena Kanker Payudara

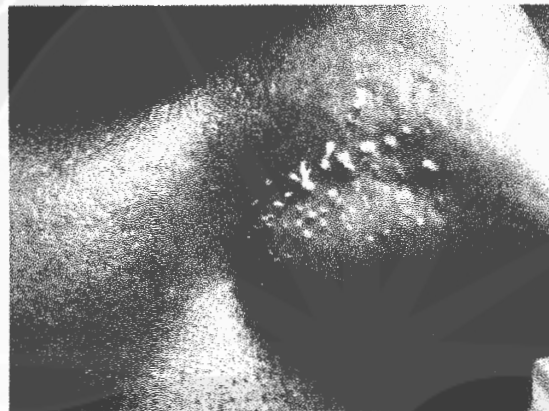
www.hipwee.com/tips/bikin-komedo-di-wajah/

646

4/10/2015



Hati-hati kalau kamu doyan banget makan gorengan. Gorengan dan makanan berminyak sangat memicu pertumbuhan komedo



komedo yang udah keluar via www.komedo.org

Minyak yang masuk ke tubuh secara berlebihan adalah pemicu utama komedo. Apalagi kalau minyaknya sudah dipakai berulang-ulang, nggak bagus juga untuk kesehatan. Makanan yang berminyak harus dihindari agar komedo nggak merajalela di wajah. Minyak yang sudah terlanjur dikonsumsi bisa diimbangi dengan sayur dan buah-buahan.

Malas keramas membuat kulit kepalamu berminyak, lalu minyaknya menetes ke wajahmu sehingga menimbulkan komedo

komedo hitamnya banyak banget

komedo hitamnya banyak banget via putridokter.com

Sukardi Tinggalkan Anak Semata
Wayang Karena Kanker Payudara

2/11/15

① www.hipwee.com/tips/bikin-komedo-di-wajah/

646

646



Ternyata malas keramas juga berpengaruh ke kulit wajah apalagi bikin komedo. Rambutmu yang berminyak bisa menempelkan minyaknya ke wajah. Apalagi ketika wajahmu kotor, minyak dari kulit kepala akan kecampur dengan bakteri yang bikin pori-pori wajah tersumbat. Nggak butuh waktu lama buat komedo bersarang di wajah. Hihihi...

Bekas masker wajah yang nggak dibilas dengan bersih juga menjadi salah satu penyebab komedo. *Please*, jangan disepelekan!



siBertakut yang benar via komedotus.blogspot.co.id

Kebanyakan masker butuh dibilas dulu setelah digunakan, terutama dengan air hangat agar pori-pori membuka dan sisa masker lebih bersih. Namun, banyak yang mengabaikannya, asal-asalan membilas masker bahkan kadang belum sepenuhnya menghilangkan noda masker.

Bukannya bersih, yang ada wajah akan dipenuhi komedo. Sisa masker yang menempel di kulit jika dibiarkan bisa menimbulkan komedo. Jadi pastikan masker dibilas dengan benar.

Faktanya, komedo disebabkan oleh kebiasaan menyentuh kulit muka, yang bikin bakteri dari tangan berpindah ke wajah

www.hipwee.com/tips/bixin-komedo-di-wajah/

646

SHARE



Faktanya, komedo disebabkan oleh kebiasaan menyentuh kulit muka, yang bikin bakteri dari tangan berpindah ke wajah



menyentuh wajah www.hipwee.com

Jangan sembarangan mengelap wajah, terutama pakai tangan. Harus dipastikan dulu kebersihan tangan, jangan sampai tangan yang kotor tersentuh ke wajah. Bakteri di tangan bisa menyerang wajah dan bisa menyebabkan infeksi yang berujung komedo dan jerawat. Meski kadang sulit untuk mengontrol tangan, kebiasaan menyentuh wajah harus sangat dikurangi.

Ternyata kopi juga bisa bikin komedo, kandungan kafein merangsang kelenjar minyak berlebih di kulit



www.hipwee.com/tips/bikin-komedo-di-wajah/

646

10/10/2017



Kopi bikin komedo wa ga chentremutan dua

Selain nggak bagus untuk kesehatan, kopi juga nggak bagus untuk kulit wajah. Yang bikin nggak bagus adalah kandungan kafein dalam kopi, bisa merangsang minyak berlebih pada wajah. Kalau wajah sudah dipenuhi minyak, sudah pasti komedo akan segera bermunculan. Buat pecinta kafein kayaknya harus lebih berhati-hati, deh.

Merokok atau berada di sekitar orang merokok bisa menimbulkan komedo, lho



Asapnya tuhaya buat kulit juga wa wallopertolagami

Rokok, apalagi asapnya memang berbahaya untuk paru-paru dan menimbulkan banyak penyakit seperti yang tertulis di bungkusnya. Tapi ada satu lagi yang belum tertulis, yaitu menyebabkan komedo. Asap rokok mengandung zat yang sangat berbahaya untuk kulit dan mendukung perkembangan komedo di wajah. Jadi nggak cuma yang merokok saja, meski kamu perokok pasif tetap bisa kena dampaknya.



www.hipwee.com/tips/bikin-komedo-di-wajah/

646

0-0-0-0-0



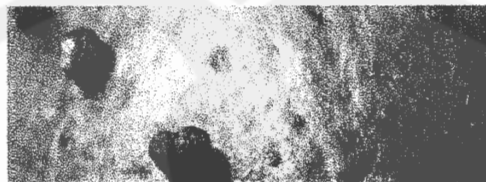
Kebiasaan tidur posisi miring membuat wajah menempel di bantal. Ini bikin kulitmu berkeriat, iritasi dan berkomedo



Bahkan tidur aja bikin komedo via www.ettendur.com/indonesia

Bahkan posisi tidur aja bisa bikin wajah berkomedo, apalagi kalau kamu menempelkan wajahmu ke bantal. Biasanya ketika tidur dalam posisi miring, setengah wajah apalagi hidung akan menempel terus ke bantal. Nggak setiap saat bantal bersih dari bakteri, terutama kalau bantalnya jarang dicuci. Bakteri di bantal bisa berbahaya untuk kesehatan kulit wajahmu. Jadi jaga baik-baik kebersihan bantalmu!

Meski capek, jangan pernah malas untuk rutin mencuci muka. Wajah kotor nggak boleh dibiarkan, atau komedo bakal berdatangan

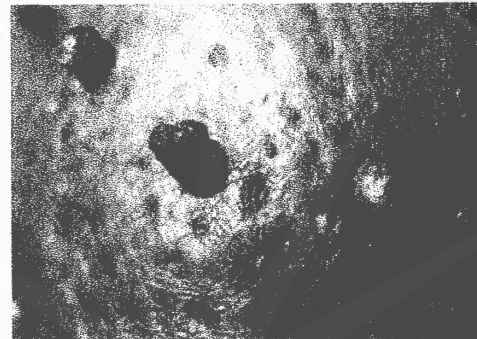


© www.hipwee.com/tips/bikin-komedo-di-wajah/

Meski capek, jangan pernah malas untuk rutin mencuci muka. Wajah kotor nggak boleh dibiarkan, atau komedo bakal berdatangan

646

13 June 2017



Jalan komedo dibersihkan begini via www.hipwee.com

Jika komedomu terasa patah, pilihlah sabun pencuci muka yang punya kandungan scrub (facial scrub) agar komedomu tak mudah berdatangan. Scrub drakini mampu merontokkan komedo jika kamu rutin menggunakannya

Salah satu yang membuat komedo sering memfir ke wajah adalah membiarkan wajah kotor. Apalagi kalau wajah yang kotor itu dibawa tidur, nggak butuh waktu lama untuk berkembangbiaknya komedo dan jerawat di wajahmu. Makanya rutin mencuci wajah adalah hal wajib buat kamu yang masih sayang dengan wajahmu.

Nggak nyangka 'kan, ternyata ada banyak hal sepele yang bisa menimbulkan komedo di wajah. Padahal kebiasaan-kebiasaan itu pasti sering banget dilakukan banyak orang, termasuk kamu. So, kurang-kurangnya, ya!

Penyakit Kulit, Abulreda, 2017, p. 100. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

www.hipwee.com/travel/biar-ke-bali-nggak-ke-situ-situ-aja-kamu-harus-kunjungi-10-tempat-unik-di-bali-ini-aneh-tapi-nyata/

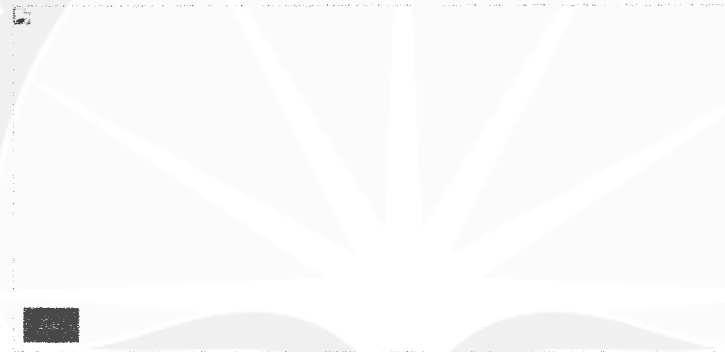
HIPWEE INSPIRATION TRAVEL

Biar ke Bali Nggak ke Situ-Situ Aja, Kamu Harus Kunjungi 10 Tempat Unik di Bali Ini. Aneh tapi Nyata!

10 MONTHS AGO

1,056

PROFILES



Hipwee Travel

Like Page 18K likes

Siapa sih yang nggak pengen ke Bali, apalagi ke pantainya. Pantai-pantai di Bali memang terkenal bagus-bagus, turis asing pun juga banyak yang rela datang ke sana demi berjemur. Tapi Bali nggak cuma punya pantai, ada banyak tempat indah dan unik lainnya. Kamu bakal rugi banget kalau nggak datang ke tempat-tempat unik di Bali ini. Tempat yang nggak bakal kamu sangka bahkan ada di dunia ini.

Buat kamu yang suka suasana horror bisa kunjungi Taman Festival di Bali. Kerasa banget horrornya.

artikel terkait

8 Ide Souvenir Pernikahan yang Bisa Kamu Buat Sendiri Tanpa Bikin Bengkok Anggaran Resepsi

9 Kuntan Kemi Ini Dipastikan Bakal Membuat Orang Terdekatmu Merasa Happy Sekali

Menu Sempal Biat Sahur Nanti! Simpan Dulu Resep-resep Nasi Goreng Ini

5 Ramah Dapur Ini Ampuh Ular Meleok yang Mengganggu Dapur Cewe, Tentramlah Hidupmu!

Biar Tampil Lebih Fresh Tanpa Mata Panda, 11 Cara Ini Oke Banget Kamu Coba!

Nggak Perlu Repot Pake Pensil, 4 Cara Ini Bisa Bikin Alotmu Terbel dengan Alam!

Multitasking Tidak Mengint Waktu, Justru Bisa Mematikan Produktivitasmu!

6 Cara Supaya Tetap PD Meski Sedang Jerawatan. Jangan Galau Dulu Deh Mendingan

Artikel
Diposting

① www.hipwee.com/travel/biar-ke-bali-nggak-ke-situ-situ-aja-kamu-harus-kunjungi-10-tempat-unik-di-bali-ini-aneh-tapi-nyata/

Sekarang terawat
Dulu Deh Menak

1,056

Share



Buat kamu yang suka suasana horror bisa kunjungi Taman Festival di Bali. Kerasa banget horrornya.



Nggak terawat tapi malah bikin kita Indonesia horor banget

Taman Festival ini dulunya adalah tempat rekreasi yang menyediakan berbagai wahana. Sayangnya, sudah belasan tahun taman ini ditinggalkan begitu saja. Sekarang Taman Festival justru jadi tujuan wisata yang unik, apalagi untuk foto. Katanya di taman ini dulunya ada sebuah kolam yang menjadi kandang buaya, tapi buaya-buaya itu sekarang sudah tidak ada. Tempat ini juga dikenal horror karena bangunannya yang terbengkalai dan tidak terawat.

Kalau kamu suka menyelam, kunjungi saja candi di bawah laut yang sempat bikin heboh ini.

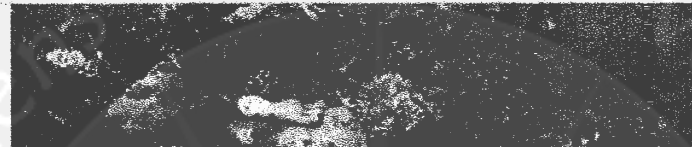




www.hipwee.com/travel/bier-ke-bali-nggak-ke-situ-situ-aja-kamu-harus-kunjungi-10-tempat-unik-di-dali-in-aneh-tapi-nyata/

1.056

100%

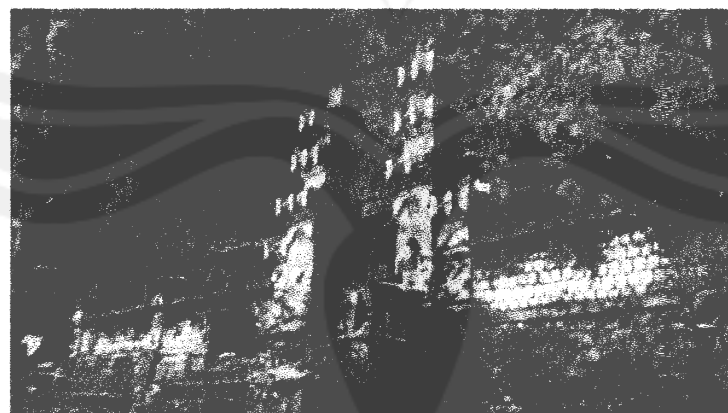


Benaran di bawah laut ini ada www.kanibabur.com

Jangan mikir macam-macam dulu, candi ini bukan milik kerajaan laut apalagi peninggalan atlantis. Candi ini memang sempat bikin heboh karena banyak yang menyangka ini peninggalan arkeologi. Ternyata candi yang disebut Taman Pura ini sebenarnya adalah buatan manusia modern. Patung-patung dan bagian candi lainnya sengaja di tenggelamkan untuk konservasi. Sekarang Taman Pura juga menjadi tempat wisata yang layak banget dikunjungi. Jarang-jarang kan bisa ke candi tapi di bawah laut.

Candi di Desa Tista Karangasem yang penuh misteri bakal bikin kamu tarabab penasaran.

ADVERTISEMENT



3 ⓘ www.hipwee.com/travel/biar-ke-bali-nggak-ke-situ-ditu-saja-kamu-harus-kunjungi-10-tempat-unik-di-bali-ini-aneh-tapi-nyata/

1.056

SHARE



Entah candi apa namanya via balipedia.id

Candi Hindu di Bali memang jadi pemandangan yang sudah biasa, tapi beda lagi dengan candi yang ada di Desa Tista. Candi ini menjadi menarik karena terlihat kurang terawat dan ditinggalkan. Candi ini bukan candi utuh karena pembangunannya tidak diselesaikan. Tidak banyak informasi tentang candi ini, bahkan nama aslinya saja tidak ada yang tahu. Kata orang sekitar, tempat ini dijaga oleh para arwah, jadi makin misterius ya.

Pantai Pasih Uug atau *Broken Beach* di Nusa Penida nggak kalah unik dan indah buat kamu kunjungi.



Cantik via via travel id

Pantai ini punya tebing yang berlubang di bagian tengahnya, makanya disebut sebagai *Broken Beach*. Tapi lubang itu hanya ada dibagian bawahnya saja, sedangkan bagian atas jadi membentuk jembatan alami yang bisa kamu seberangi. Nggak cuma tebing saja, air lautnya yang sangat jernih juga bisa kamu nikmati. Kadang akan terlihat ikan pari dan penyu yang sedang berenang di laut jika dilihat dari atas. Suasana pantainya jauh dari rumah penduduk membuat pantai ini masih sangat sepi dan alami.

🔗 www.hipwee.com/travel/biar-ke-bali-nggak-ke-situ-situ-saja-kamu-harus-kunjungi-10-tempat-unik-di-bali-ini-aneh-tapi-nyata/

1,056

10-11-2018

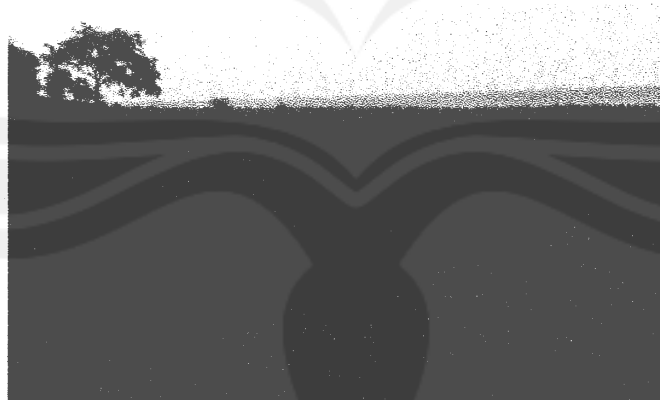


📍 Ruangan-ruangan di dalam rumah

Ruangan-ruangan di dalam rumah via karniunandjurnal.com

Goa Gala-Gala sebenarnya adalah rumah yang terinspirasi dari cerita Mahabharata, tempat Pandawa bersembunyi ketika akan dibunuh. Sang pembuatnya adalah Mangku Byasa, membutuhkan waktu sebelas tahun baginya yang seorang diri membuat rumah unik ini. Rumah bawah tanah ini benar-benar tersembunyi, hanya ada beberapa lubang yang mengarahkan masuk ke dalam rumah. Tapi seperti rumah pada umumnya, Goa Gala-Gala punya ruangan-ruangan sendiri seperti dapur, ruang tamu, kamar tidur dan ada ruang meditasi bagi Mangku Byasa. Perabotan yang ada juga dari bebatuan yang dipahat. Rumah seperti ini sangat jarang ada di Indonesia, jadi nggak heran kalau menarik para wisatawan untuk datang.

Bali juga punya Bukit Telebbuies dengan hamparan rumput hijaunya. Siapa tahu kamu nemu Teletubbies di sini.



Bukit teletubbies via wisatabali.com

🔄 ① www.hipwee.com/travel/biar-ke-bali-nggak-ke-situ-situ-aja-kamu-harus-kunjungi-10-tempat-unik-di-bali-ini-aneh-tapi-nyata/

Ada lagi desa yang aneh di Bali, yakni desa orang tunarungu di Bengkala. Kalau mau ngobrol harus dengan bahasa isyarat kolok.

1,056

10/10/2017



Warga desa yang tunarungu ini berkomunikasi dengan...

Kebanyakan warga di desa ini memang merupakan tunarungu, mereka berkomunikasi dengan menggunakan bahasa isyarat kolok yang sudah ada sejak beberapa abad lalu. Banyak warga yang tunarungu dikarenakan oleh masalah genetic, jadi tunun temurun. Warga yang bukan tunarungu pun juga belajar bahasa isyarat. Di sini tunarungu tidak didiskriminasi tapi justru dihormati karena mereka terkenal baik, disiplin dan jujur. Tempat ini layak kamu kunjungi kalau ke Bali untuk melihat sendiri bagaimana desa kolok ini.

Nah, ada macam-macam tempat unik di Bali yang bisa kamu datang. Biar liburanmu nggak cuma di situ-situ aja, kamu bisa datang ke tempat-tempat itu dan merasakan sendiri sensasi keanehannya. Dijamin bakal menyesal kalau ke Bali cuma ke pantai aja, jangan mau kalah sama turis asing yang sudah sampai sana.

Travel | Food | Drink | Culture | Nature | Adventure

BERIKAN KOMENTAR

Artikel
Mudah

Setelah Descendants of The Sun, 3+2 Drama Korea Ini Siap Bikin Kamu Baper Berkepanjangan

11 MONTHS AGO

13.621

SHARE



Beberapa waktu lalu Descendants of The Sun memang berhasil membuat baper. Perpaduan gantengnya Yoo Shi Jin dan cerita yang mengaduk perasaan memang nggak gampang dilupakan.

Tapi buatmu yang sudah sembuh dari rasa baper, bersiaplah dibuat baper lagi dengan drama-drama Korea baru ini. Tak hanya aktornya yang tampan dan cantik, drama-drama ini juga menampilkan kisah cinta yang dalam dari tokohnya. Nggak kalah dari Descendants of The Sun deh pokoknya!

1. Doctors, rumah sakit pun juga bisa menjadi tempat untuk saling mencintai



artikel terkait

2 Ide Souvenir Pernikahan yang Bisa Kamu Buat Sendiri Tanpa Bikin Bengkak Anggaran Resepsi

9 Kejutkan Kecil Ini Dipastikan Bakal Membuat Orang Terdekatmu Merasa Happy Sekali

Menu Suppel Buat Sahur Nanti! Simpan Dulu Resep-resep Nasi Goreng Ini

5 Bumbu Dapur Ini Ampuh Ular Kecak yang Mengganggu Dear Cewek, Tentamiah! Hidupmu!

Bias Tampl! Lebih Fresh Tanpa Mata Panda, 11 Cara Ini Oke Banget Kamu Coba!

Nggak Perlu Repot Pake Fensil, 4 Cara Ini Bisa Bikin Alismu Tebal dengan Alami

Multitasking Tidak Menguri Waktu, Justru Bisa Mematikan Produktivitasmu!

8 Cara Supaya Tetap PD Meski Sedang Jerawatan, Jangan Galau Dulu Deh Mendangan

Artiklenya
Gak Ada Satung

1. Doctors, rumah sakit pun juga bisa menjadi tempat untuk saling mencintai

Dulu Deb Mendingan

13,621

743,102



Doctors era dorumsung

Drama ini akan mengajakmu untuk tenggelam dalam kisah cinta para dokter di sebuah rumah sakit. Pemeran utama drama ini adalah Park Shin Hye, yang di Korea sendiri dikenal dengan dramanya yang selalu berating tinggi. Park Shin Hye menjadi dokter yang dulunya adalah seorang perempuan berandalan. Ia akan dipertemukan dengan Kim Rae Won yang berperan sebagai dokter bedah yang merupakan pewaris perusahaan. Meski awalnya drama ini diduga gagal, tapi ternyata ratingnya cukup menjanjikan.

2. Uncontrollably Fond, kecantikan Suzy dipadukan dengan karisma Kim Woo Bin



And
On

www.hipwee.com/hiburan/setelah-descendant-of-the-sun-bersiaplah-baper-dengan-3-drama-mil

ADVERTISEMENT

13,621

SHARES



Setelah melihat Song Joong Ki dan Song Hye Kyo yang cantik dan tampan dipasangkan dalam Descendat of The Sun, kini ada lagi pasangan yang siap meluluhkan hatimu. Bae Suzy yang begitu dipuja-puja lelaki di Korea dan Kim Woo Bin yang penuh karisma berada akting dalam drama Uncontrollably Fond. Drama ini disebut sebut sebagai Descendants of The Sun selanjutnya, bahkan diperkirakan akan melampaui kesuksesannya. Meski baru tayang dua episode, kamu sudah dibuat baper dengan kisah masa lalu Suzy dan Woo Bin.

3. W, kisah cinta dunia nyata dan komik. Lee Jong Suk menjadi tokoh *webtoon* yang berhasil meluluhkan hati wanita di dunia nyata

W via Soompi

W via Soompi

Bagaimana jika tokoh komik yang kamu baca tiba-tiba menjadi nyata? Atau justru sebaliknya, kamulah yang masuk ke dalam komik tersebut. Lee Jong Suk berperan sebagai tokoh dari sebuah Webtoon yang terkenal tampan dan kaya. Sedangkan lawan mainnya, Han Hyo Joo, adalah seorang ahli bedah di dunia nyata. Drama ini mengisahkan kisah cinta dua tokoh beda dunia tersebut. Meski belum tayang, kamu akan dibuat penasaran dengan konsep cerita yang unik. Bahkan teaser yang ditampilkan pun sukses mengundang perhatian dengan menunjukkan Lee Jong Suk yang berlumuran darah.

Loh, 2 drama lainnya ke mana? Kamu bisa cek 5 drama Korea lain yang nggak kalah bikin baper di sini.

Drama-drama ini sedang hangat dibicarakan dan banyak yang menyandingkannya dengan kesuksesan Descendant sof The Sun. Uniknya lagi ketiga drama ini punya kaitan diantara aktornya. Lee Jong Suk misalnya, pernah berada akting dengan Kim Woo Bin dan Park Shin Hye. Sedangkan Kim Woo Bin pernah berada akting dengan Lee Min Ho yang merupakan kekasih Suzy. Semakin membuat penasaran bagaimanachemistry di antara mereka. Sama-sama punya cerita romantis dan bertebaran aktor tampan, menurut kalian drama mana yang paling menarik?

Art
Gat